



รายงานฉบับสมบูรณ์
การศึกษาความเป็นไปได้ในการใช้ไก่พื้นเมืองหรือลูกผสมพื้นเมืองเชิงพาณิชย์
ในระดับชุมชน: จังหวัดขอนแก่น

Feasibility of the demand for Native Chicken or Native hybrid Chicken
for Commercial in Community Level

คณะผู้วิจัย
ดร.วิเชียร เกิดสุข
อาจารย์วชิราพร เกิดสุข

กุมภาพันธ์ 2552
สนับสนุนโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

รายงานฉบับสมบูรณ์
การศึกษาความเป็นไปได้ในการใช้ไก่พื้นเมืองหรือลูกผสมพื้นเมืองเชิงพาณิชย์
ในระดับชุมชน: จังหวัดขอนแก่น

Feasibility of the demand for Native Chicken or Native hybrid Chicken
for Commercial in Community Level

คณะผู้วิจัย

ดร.วิเชียร เกิดสุข

อาจารย์วชิราพร เกิดสุข

สังกัด

สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยขอนแก่น

สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยขอนแก่น

สนับสนุนโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
(ความเห็นในรายงานฉบับนี้เป็นของผู้วิจัย สกว. ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

โครงการศึกษาความเป็นไปได้ในการใช้ไถ่พื้นเมืองหรือลูกผสมพื้นเมืองเชิงพาณิชย์ในระดับชุมชน กรณีจังหวัดขอนแก่น มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความต้องการของตลาดไถ่อย่างในจังหวัดขอนแก่น 2) ความต้องการตลาดไถ่พื้นเมืองในระดับอำเภอและห่วงโซ่การผลิตในจังหวัดขอนแก่น ดำเนินการศึกษาด้วยวิธีการ 1) การใช้แบบสอบถามรายบุคคล (ปลายเปิดและปลายปิด) สัมภาษณ์ผู้รวบรวมไถ่ ผู้จำหน่ายไถ่ชำแหละ ผู้จำหน่ายไถ่อย่างทุกราย ที่จำหน่ายไถ่อย่างภูเวียงและไถ่อย่างเขาสวนกวาง ในพื้นที่อำเภอหนองเรือ อำเภอเขาสวนกวาง และอำเภอเมือง รวมผู้ถูกสัมภาษณ์ทั้งสิ้น 376 ราย 2) ประชุมกลุ่มผู้จำหน่ายไถ่อย่าง ในพื้นที่ศึกษาอำเภอหนองเรือ และอำเภอเขาสวนกวาง จำนวน 2 ครั้ง ผู้จำหน่ายไถ่อย่างเข้าร่วมประชุมจำนวน 45 คน และ 3) การใช้แบบสอบถามรายบุคคล (ปลายเปิดและปลายปิด) สัมภาษณ์ผู้รวบรวมไถ่พื้นเมืองและลูกผสมพื้นเมือง ผู้จำหน่ายไถ่สดชำแหละ ผู้จำหน่ายไถ่สดทุกรายในตลาดสด 4 อำเภอ คือ อำเภอเมืองขอนแก่น อำเภอเขาสวนกวาง อำเภอหนองเรือ และอำเภอภูเวียง รวมผู้ถูกสัมภาษณ์ทั้งสิ้นจำนวน 26 ราย ผลการศึกษาพบว่า

ตลาดไถ่อย่างในจังหวัดขอนแก่น

ห่วงโซ่อุปทานตลาดไถ่อย่างที่มีชื่อเสียงในจังหวัดขอนแก่นมีกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้อง 5 กลุ่มคือ ผู้เลี้ยงไถ่ ผู้รวบรวมไถ่ ผู้ชำแหละไถ่ ผู้จำหน่ายไถ่ และผู้บริโภคไถ่ สายพันธุ์ไถ่ไข่เทศผู้ (ซี) เป็นวัตถุดิบเกือบทั้งหมดในการทำไถ่อย่าง ซึ่งผลิตโดยฟาร์มของบริษัทเองและทำสัญญาผูกพันการเลี้ยงไถ่กับฟาร์มเอกชนในพื้นที่จังหวัดขอนแก่น บริษัทที่ผลิตไถ่ซีให้ธุรกิจไถ่อย่างมีด้วยกัน 3 บริษัท ดังนี้ 1) บริษัท เบทาโกร จำกัด 2) บริษัทศรีวิโรจน์ฟาร์ม จำกัด 3) ดอกไม้ฟาร์ม โดยบริษัท เบทาโกร จำกัดและบริษัทศรีวิโรจน์ฟาร์ม จำกัด มีทั้งการจำหน่ายไถ่มีชีวิตให้ผู้รวบรวมในพื้นที่จำหน่ายไถ่อย่างเขาสวนกวางและไถ่อย่างภูเวียง และจำหน่ายในรูปไถ่ชำแหละแล้วให้ร้านค้าไถ่อย่างโดยตรงในอำเภอเขาสวนกวาง

โดยทั่วไปผู้รวบรวม ผู้ชำแหละและผู้จำหน่ายไถ่ไข่เทศผู้ชำแหละ (ซี) จะเป็นบุคคลเดียวกัน ผู้รวบรวมไถ่ซีส่งให้ร้านค้าไถ่อย่างในจังหวัดขอนแก่นมีจำนวนทั้งสิ้น 6 ราย อยู่ในพื้นที่อำเภอเขาสวนกวาง จำนวน 2 ราย และอำเภอภูเวียง จำนวน 4 ราย ผู้รวบรวมชำแหละไถ่ส่งร้านจำหน่ายไถ่อย่างในแต่ละเดือนจำนวน 94,188 ตัว (คิดเป็นน้ำหนักไถ่รวม 75,350 กิโลกรัม) หรือ 23,547 ตัวต่อสัปดาห์ (น้ำหนักไถ่ 18,837.5 กิโลกรัม)

ร้านจำหน่ายไถ่อย่างที่มีชื่อเสียงในจังหวัดขอนแก่นทั้งหมดจำนวน 105 ร้าน จำหน่ายไถ่อย่างเขาสวนกวางจำนวน 68 ร้าน ตั้งอยู่ที่อำเภอเขาสวนกวางจำนวน 63 ร้าน จำนวน 5 ร้านตั้งอยู่ในอำเภอเมืองขอนแก่น และจำหน่ายไถ่อย่างภูเวียง จำนวน 37 ร้าน ซึ่งร้านจำหน่ายไถ่อย่างภูเวียงทั้งหมดตั้งอยู่ที่อำเภอหนองเรือ

ไถ่อย่างเขาสวนกวางและภูเวียง มียอดการจำหน่ายไถ่อย่างรวมทั้งสิ้นจำนวน 29,770 ตัวต่อสัปดาห์ หรือ 1,548,040 ตัวต่อปี คิดเป็นมูลค่าการขายจำนวน 2,294,375 บาทต่อสัปดาห์หรือ 119,307,479 บาทต่อปี ซึ่งไถ่อย่างเขาสวนกวางมียอดการจำหน่ายมากกว่าไถ่อย่างภูเวียงในสัดส่วน 7:3 ผู้บริโภคไถ่อย่าง ร้อยละ 41.55 เป็นลูกค้าในท้องถิ่น และลูกค้าสัญจร คิดเป็นร้อยละ 61.45

การเลือกซื้อไถ่อย่าง ผู้บริโภคให้ความสนใจกับรสชาติหรือความอร่อยมากที่สุด รองลงมาเป็นเรื่องความสะอาด ราคาที่เหมาะสม และความน่ารับประทาน อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่ทราบว่าไถ่อย่างที่ตนเองซื้อมาเป็นไถ่พันธุ์อะไร (ร้อยละ 45.45) มีเพียงร้อยละ 12.94 ที่ทราบว่าไถ่เป็นไถ่ไขเพศผู้ โดยที่รสชาติไถ่อย่างเป็นปัจจัยอันดับแรกที่มีผลต่อการซื้อไถ่อย่าง (ร้อยละ 36.83) การมีไขมันน้อย เนื้อเหนียวและ เนื้อนุ่ม เป็นปัจจัยอันดับรองลงมา แต่ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อไถ่อย่างมากที่สุดคือ การส่งเสริมการตลาด รองลงมาคือ ตัวสินค้า สถานที่จัดจำหน่าย และราคาสินค้าตามลำดับ

หากมีไถ่ลูกผสมพื้นเมืองที่มีคุณภาพ ทั้งผู้ชำแหละไถ่และผู้จำหน่ายไถ่อย่างประมาณ 1 ใน 3 มีความต้องการไถ่พันธุ์ลูกผสมพื้นเมืองมาทำไถ่อย่าง (คิดเป็นร้อยละ 33.3 และ ร้อยละ 31.4 ตามลำดับ) ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคคือ ร้อยละ 49.81 ของผู้บริโภคยอมรับราคาไถ่อย่างที่ทำจากไถ่ลูกผสมพื้นเมืองสูงกว่าราคาไถ่อย่างที่ทำจากไถ่ซีได้ถึง 10% และร้อยละ 32.34 ของผู้บริโภคยอมรับราคาไถ่ลูกผสมพื้นเมืองที่สูงกว่าไถ่ซีได้ถึง 20%

ในปัจจุบัน แม้ว่าไถ่ที่นำมาทำไถ่อย่างเกือบทั้งหมดเป็นไถ่ไขเพศผู้(ซี) จากข้อมูลทั้งจากผู้ชำแหละไถ่ ผู้จำหน่ายไถ่อย่าง และผู้บริโภค ที่กล่าวมาในเบื้องต้นสรุปได้ว่า ไถ่พื้นเมืองและลูกผสมพื้นเมืองสามารถเข้ามาสู่ธุรกิจไถ่อย่างในอนาคตได้อย่างแน่นอน หากสามารถผลิตไถ่พื้นเมืองหรือลูกผสมพื้นเมืองป้อนให้ร้านจำหน่ายไถ่อย่างได้ ดังตัวอย่าง ร้านจำหน่ายไถ่อย่างท่าพระ ในจังหวัดขอนแก่น ซึ่งได้ใช้ลูกผสมพื้นเมืองของบริษัท ตะนาวศรีไถ่ไทย จำกัด มาผลิตเป็นไถ่อย่างมานานพอสมควร

ตลาดไถ่พื้นเมืองในระดับอำเภอจังหวัดขอนแก่น

ไถ่พื้นเมืองมีจำหน่ายในตลาดสดในอำเภอต่างๆ ของจังหวัดขอนแก่นมานานกว่า 30 ปี โดยเกษตรกรที่อยู่ในหมู่บ้านหรือตำบลรอบนอกเขตเทศบาลนำไถ่มีชีวิตมาจำหน่ายเองและจำหน่ายให้ผู้รวบรวมไถ่และชำแหละไถ่ในตลาดสด ในอดีตไถ่พื้นเมืองที่นำมาจำหน่ายใน 2 รูปแบบคือ จำหน่ายไถ่มีชีวิตและไถ่ชำแหละ ภายหลังจากการระบาดของไข้หวัดนกในปี พ.ศ.2547

การจำหน่ายไถ่พื้นเมืองและลูกผสมพื้นเมืองเหลือเพียงรูปแบบเดียวคือ ไถ่ชำแหละ ไม่ปรากฏการจำหน่ายไถ่มีชีวิตให้เห็นในตลาดสดอีกเลย

ผลการศึกษาตลาดไถ่พื้นเมืองและลูกผสมพื้นเมืองใน 4 อำเภอ คือ อำเภอเมือง อำเภอหนองเรือ อำเภอเขาสนกวาง และอำเภอภูเวียง พบว่า ห่วงโซ่อุปทานของตลาดไถ่พื้นเมืองและลูกผสมพื้นเมืองมีผู้เกี่ยวข้อง 5 กลุ่มคือ ผู้เลี้ยงไถ่ ผู้รวบรวมไถ่ ผู้ชำแหละไถ่ ผู้จำหน่ายไถ่ และผู้บริโภคไถ่ ตลาดไถ่ในอำเภอเมือง ที่มีทั้งไถ่พื้นเมืองและไถ่ลูกผสมพื้นเมือง (ร้อยละ 72.73 และ 27.27 ตามลำดับ สำหรับตลาดไถ่ในอำเภอหนองเรือ อำเภอเขาสนกวาง อำเภอภูเวียง เป็นไถ่พื้นเมืองทั้งหมด (100 เปอร์เซ็นต์)

ไถ่พื้นเมืองและลูกผสมพื้นเมืองที่จำหน่ายในจังหวัดขอนแก่นมาจากแหล่งผลิตไถ่พื้นเมืองและลูกผสมพื้นเมืองแตกต่างกัน ไถ่พื้นเมืองทั้งหมดมาจากเกษตรกรรายย่อยที่เลี้ยงไว้บริโภคในครัวเรือน โดยมีแหล่งผลิตในหมู่บ้าน สำหรับไถ่ลูกผสมพื้นเมืองทั้งหมดมาจากฟาร์มเอกชน

การรวบรวมไถ่ใน 4 อำเภอ มีผู้รวบรวมไถ่จำนวน 19 ราย ผู้รวบรวมไถ่ 17 ราย ทำการรวบรวมเฉพาะไถ่พื้นเมืองเท่านั้น โดยออกไปรวบรวมไถ่เองและรับซื้อจากเกษตรกรที่รวบรวมมาให้ ผู้รวบรวมที่เหลืออีก 2 รายซึ่งจำหน่ายไถ่ในตลาดสด อำเภอเมือง จะรวบรวมไถ่พื้นเมืองเฉพาะมีเกษตรกรมาส่งให้เท่านั้น

ปริมาณไถ่พื้นเมืองที่รวบรวมทั้ง 4 อำเภอ มีจำนวนทั้งสิ้น 1,960 ตัว ต่อสัปดาห์ หรือ 7,840 ตัวต่อเดือน ไถ่พื้นเมืองที่รวบรวมได้ในอำเภอเมืองมีจำนวน 1,710 ตัวต่อสัปดาห์ ซึ่งมีปริมาณมากกว่าอำเภอหนองเรือ อำเภอภูเวียง และเขาสนกวางตามลำดับ

ปริมาณไถ่พื้นเมืองที่รวบรวมในช่วงเทศกาลปีใหม่และเทศกาลตรุษจีน เทศกาลสงกรานต์ ช่วงปลายฝน/เก็บเกี่ยวข้าว และช่วงต้นฝน/ก่อนทำนา มีมากกว่าในช่วงปกติเช่นเดียวกับตลาดไถ่อย่าง

ผู้จำหน่ายไถ่ชำแหละใน 4 อำเภอของจังหวัดขอนแก่น มีจำนวนทั้งสิ้น 26 คนในจำนวนนี้มี 20 คนที่เป็นทั้งผู้รวบรวมไถ่ ชำแหละไถ่ และผู้จำหน่ายไถ่ชำแหละ ไถ่ชำแหละที่จำหน่ายในตลาดสด มีปริมาณรวม 2,710 ตัวต่อสัปดาห์ มูลค่าการจำหน่าย 417,638 บาทต่อสัปดาห์ น้ำหนักไถ่เฉลี่ย 1.48 กิโลกรัมต่อตัว ราคาไถ่เฉลี่ย 136.33 บาทต่อตัว จำนวนไถ่ที่จำหน่าย 140,920 ตัวต่อปี ตลาดสดในอำเภอเมืองเป็นตลาดไถ่พื้นเมืองและลูกผสมพื้นเมืองชำแหละที่ใหญ่กว่าอำเภออื่น

ไถ่ชำแหละที่จำหน่ายมีทั้งไถ่พื้นเมืองและลูกผสมพื้นเมือง คิดเป็นร้อยละ 72.73 และ 27.27 ตามลำดับ โดยที่ไถ่พื้นเมืองชำแหละมีราคาสูงกว่าไถ่ลูกผสมพื้นเมืองชำแหละ

ปริมาณไถ่ที่จำหน่ายในรอบปี ไถ่พันธุ์พื้นเมืองที่จำหน่ายในท้องตลาดมีไม่เพียงพอต่อผู้บริโภค ไถ่พื้นเมืองที่รวบรวมได้มีเพียงพอต่อผู้บริโภค คิดเป็นร้อยละ 83.33 หรือคิดเป็นไถ่พื้นเมืองจำนวน 1,960 ตัวต่อสัปดาห์ ไถ่พันธุ์พื้นเมืองมีไม่เพียงพอ คิดเป็นร้อยละ 16.67 หรือคิดเป็นไถ่พันธุ์พื้นเมืองจำนวน 333.2 ตัวต่อสัปดาห์หรือ 17,326.4 ตัวต่อปี ไถ่พื้นเมืองมีปริมาณไม่

เพียงพอกับความต้องการของผู้บริโภคมักเกิดในช่วงฤดูกาลเก็บเกี่ยวข้าวกล่ำคือ ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายนจนถึงเดือนเมษายน ซึ่งในช่วงดังกล่าวมีเทศกาลปีใหม่และสงกรานต์ เกษตรกรจะไม่ขายไก่ แต่เก็บไว้ใช้ในกิจกรรมของครัวเรือน สำหรับไก่พันธุ์ลูกผสมพื้นเมืองมีจำหน่ายเพียงพอแก่ผู้บริโภคตลอดปี ไก่ลูกผสมพื้นเมืองที่จำหน่ายในท้องตลาดจำนวน 750 ตัวต่อสัปดาห์ สรุปได้ว่าความต้องการไก่พื้นเมืองในระดับชุมชนในจังหวัดขอนแก่นยังสูงกว่าปริมาณไก่พื้นเมืองที่เข้าสู่ท้องตลาด และมีโอกาสที่จะเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดไก่พื้นเมืองในตลาดไก่ในจังหวัดขอนแก่น

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. กรมปศุสัตว์ควรดำเนินการปรับปรุงพันธุ์ไก่พื้นเมือง 4 พันธุ์คือ พันธุ์เหลืองหางขาว พันธุ์ประดู่หางดำ พันธุ์แดง และพันธุ์ซี เพื่อเป็นพันธุ์ต้นแบบ นำไปผลิตไก่ลูกผสมพื้นเมือง ร่วมกับไก่พันธุ์การค้า ให้มีอัตราการเจริญเติบโตเท่ากับหรือใกล้เคียงไก่ไข่เพศผู้ ที่เป็นวัสดุดิบไก่อย่างในปัจจุบัน กล่าวคือ มีอัตราการเจริญเติบโตสูง น้ำหนักตัวประมาณ 1.0 กิโลกรัม ในเวลาเลี้ยง 2 เดือน
2. ภาครัฐควรสนับสนุนให้ภาคเอกชนผลิตลูกไก่ลูกผสมเป็นการค้าในปริมาณที่ค่อนข้างมาก และสม่ำเสมอ แล้วส่งให้เกษตรกรรายย่อยเลี้ยงไก่ส่งธุรกิจไก่อย่างต่อเนื่อง
3. ควรศึกษารูปแบบการเลี้ยงไก่ลูกผสมพื้นเมืองในเชิงพาณิชย์จากเกษตรกรที่ประสบความสำเร็จ เพื่อเป็นต้นแบบในการถ่ายทอดความรู้สู่กลุ่มบุคคลเป้าหมายต่อไป

บทคัดย่อ

โครงการศึกษาความเป็นไปได้ในการใช้โกพื้นเมืองหรือลูกผสมพื้นเมืองเชิงพาณิชย์ในระดับชุมชน: กรณีจังหวัดขอนแก่น มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการของตลาดไถ่อย่างในจังหวัดขอนแก่น ความต้องการของตลาดโกพื้นเมืองในระดับอำเภอและห่วงโซ่อุปทานในจังหวัดขอนแก่น ดำเนินการศึกษาด้วยวิธีการ 1) การใช้แบบสอบถามรายบุคคล (ปลายเปิดและปลายปิด) สัมภาษณ์ผู้รวบรวมไถ่ ผู้จำหน่ายไถ่ชำแหละ ผู้จำหน่ายไถ่อย่างทุกราย ที่จำหน่ายไถ่อย่างภูเวียงและไถ่อย่างเขาสวนกวาง ในพื้นที่อำเภอหนองเรือ อำเภอเขาสวนกวาง และอำเภอเมือง รวมผู้ถูกสัมภาษณ์ทั้งสิ้น 376 ราย 2) ประชุมกลุ่มผู้จำหน่ายไถ่อย่าง ในพื้นที่ศึกษาอำเภอหนองเรือ และอำเภอเขาสวนกวาง จำนวน 2 ครั้ง ผู้จำหน่ายไถ่อย่างเข้าร่วมประชุมจำนวน 45 คน และ 3) การใช้แบบสอบถามรายบุคคล (ปลายเปิดและปลายปิด) สัมภาษณ์ผู้รวบรวมโกพื้นเมืองและลูกผสมพื้นเมือง ผู้จำหน่ายไถ่สดชำแหละ ผู้จำหน่ายไถ่สดทุกรายในตลาดสด 4 อำเภอ คือ อำเภอเมืองขอนแก่น อำเภอเขาสวนกวาง อำเภอหนองเรือ และอำเภอภูเวียง รวมผู้ถูกสัมภาษณ์ทั้งสิ้นจำนวน 26 ราย ผลการศึกษาพบว่า

ห่วงโซ่อุปทานตลาดไถ่อย่างที่มีชื่อเสียงในจังหวัดขอนแก่นมีผู้ที่เกี่ยวข้อง 5 กลุ่มคือ ผู้เลี้ยงไถ่ ผู้รวบรวมไถ่ ผู้ชำแหละไถ่ ผู้จำหน่ายไถ่ และผู้บริโภคไถ่ ไถ่ที่นำมาทำไถ่อย่างทั้งหมดเป็นสายพันธุ์ไถ่ไไข่เพศผู้ ที่นำมาจากฟาร์มเลี้ยงไถ่ทั้งของเกษตรกรรายย่อยและเอกชน โดยมีผู้รวบรวมไถ่และชำแหละในพื้นที่ จำหน่ายให้ร้านจำหน่ายไถ่อย่าง ยอดการจำหน่ายไถ่อย่างเขาสวนกวางและภูเวียง รวมทั้งสิ้นจำนวน 29,770 ตัวต่อสัปดาห์ หรือ 1,548,040 ตัวต่อปี คิดเป็นมูลค่าการขายจำนวน 2,294,375 บาทต่อสัปดาห์หรือ 119,307,479 บาทต่อปี ไถ่อย่างเขาสวนกวางมียอดการจำหน่ายมากกว่าไถ่อย่างภูเวียงในสัดส่วน 7:3 โกพื้นเมืองและลูกผสมพื้นเมืองสามารถเข้ามาสู่ตลาดไถ่อย่างในอนาคตได้ หากสามารถผลิตโกพื้นเมืองหรือลูกผสมพื้นเมืองป้อนให้ร้านจำหน่ายไถ่อย่างได้

ห่วงโซ่อุปทานของตลาดโกพื้นเมืองและลูกผสมพื้นเมืองมีผู้เกี่ยวข้องเช่นเดียวกับห่วงโซ่อุปทานของตลาดไถ่อย่าง แต่มีความแตกต่างกันในเรื่องสายพันธุ์ไถ่ กล่าวคือ ตลาดไถ่ในอำเภอเมืองที่มีทั้งโกพื้นเมืองและโกลูกผสมพื้นเมือง สำหรับตลาดไถ่ในอำเภอหนองเรือ อำเภอเขาสวนกวาง อำเภอภูเวียง เป็นโกพื้นเมืองทั้งหมด

โกพื้นเมืองที่รวบรวมมีจำนวนทั้งสิ้น 1,960 ตัว ต่อสัปดาห์ หรือ 7,840 ตัวต่อเดือน โกพื้นเมืองและลูกผสมพื้นเมืองชำแหละที่จำหน่ายในตลาดสด มีปริมาณรวม 2,710 ตัวต่อสัปดาห์ มูลค่าการจำหน่าย 417,638 บาทต่อสัปดาห์ น้ำหนักไถ่เฉลี่ย 1.48 กิโลกรัมต่อตัว ราคาไถ่เฉลี่ย 136.33 บาทต่อตัว จำนวนไถ่ที่จำหน่าย 140,920 ตัวต่อปี ตลาดสดในอำเภอเมืองเป็นตลาดโกพื้นเมืองและลูกผสมพื้นเมืองชำแหละที่ใหญ่กว่าอำเภออื่น

ไถ่พันธุ์พื้นเมืองที่จำหน่ายในรอบปีมีไม่เพียงพอต่อผู้บริโภค ไถ่พันธุ์เมืองที่รวบรวมได้มีเพียงพอต่อผู้บริโภค คิดเป็นร้อยละ 83.33 ไถ่พันธุ์พื้นเมืองมีไม่เพียงพอ คิดเป็นร้อยละ 16.67 หรือคิดเป็นไถ่พันธุ์พื้นเมืองจำนวน 333.2 ตัวต่อสัปดาห์หรือ 17,326.4 ตัวต่อปี ซึ่งเกิดในช่วงฤดูกาลเก็บเกี่ยวข้าวจนถึงเดือนเมษายน สำหรับไถ่พันธุ์ลูกผสมพื้นเมืองมีจำหน่ายเพียงพอแก่ผู้บริโภคตลอดปีสรุปได้ว่า ความต้องการไถ่พันธุ์เมืองในระดับชุมชนในจังหวัดขอนแก่นยังสูงกว่าปริมาณไถ่พันธุ์เมืองที่เข้าสู่ท้องตลาด และมีโอกาสที่จะเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดไถ่พันธุ์เมืองในตลาดไถ่ในจังหวัดขอนแก่น

Abstract

The objectives of the study on feasibility of the demand for native or native hybrid chicken for commercial in community level: Case studies in Khon Kaen province are: 1) to study demanded of roasted chick market in Khon Kaen. 2) to study demanded of native chicken market in district level and supply chain in Khon Kaen. The methods of the study are: 1) Using personal questionnaire in 376 cases for interviewing chicken collector, retail distributor or supplier of chicken carcass and roasted chicken sellers of Kaow Suan Kwang and Phu Wieng roasted chicken. 2) Focus group of roasted chicken sellers 2 times in Nong Rua and Kaow Suan Kwang district, 45 persons involved in the meeting. And 3) Using personal questionnaire in 26 cases for interviewing chicken collector, supplier of native or native hybrid chicken carcass and chicken sellers on 4 markets: Muang, Kaow Suan Kwang, Nong Rua and Phu Wieng roasted chicken. Results of study are:

Supply chain of roasted chicken market which well known to concern in 5 groups are: chicken raising, supplier of chicken carcass, chicken sellers and consumer. Almost roasted chicken make from male layer or “C chicken” which raising in farm and private companies. The study areas have chicken collector, supplier of chicken carcass to roasted chicken store. Almost of Kaow Suan Kwang and Phu Wieng roasted chicken selling is 29,770 chickens per week or 1,548,040 chickens per year. The value of selling is 2,294,375 baht per week or 199,307,479 baht per year. Total selling of Kaow Suan Kwang roasted chicken is more than Phu Wieng roasted chicken in the ratio 7:3. Native and hybrid native chickens have an opportunity on the demand of roasted chick market, if we have ability to produce them and often send to roasted chicken store.

Supply chain of native and hybrid native chicken market is similar roasted chicken market. But it is different in variety of chicken especially in Muang district has native and hybrid native chicken while another district has only native chicken.

The total collection of native chicken is 1,960 chicken per week or 7,840 chickens per year. The total selling of native and hybrid native chickens is 2,710 chickens per week. Its value is 417,638 baht per week. The average of chicken is 1.48 kg. per head. The value is 136.33 baht per head. The market of native and hybrid native chicken in Muang district is bigger than another.

The native chickens which were sold in Khon Kaen market is not enough for consumer around of the year. It is insufficient about 16.67 percentages or 333 chickens per week or 17,326

chickens per year which is occurred during rice harvesting to April. Selling hybrid chicken in the market is enough for consumer. It concluded that the demand of native chicken is higher than supply in the market and has a chance to increase the market in Khon Kaen Province.

สารบัญ

	หน้า
บทสรุปสำหรับผู้บริหาร	ก
บทคัดย่อ	จ
สารบัญ	ณ
สารบัญรูป	ญ
สารบัญตาราง	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความสำคัญและความเป็นมาของโครงการ	1
1.2 วัตถุประสงค์	1
1.3 ขอบเขตการศึกษา	2
1.4 ผลที่คาดว่าจะได้รับ	2
บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรม	3
2.1 ลักษณะและคุณสมบัติของไก่พื้นเมือง	3
2.2 ไก่พื้นเมืองลูกผสม	4
2.3 การจัดการไก่พื้นเมืองและไก่ลูกผสมพื้นเมือง	5
2.4 การปรับปรุงพันธุ์และการเจริญเติบโตของไก่พื้นเมือง	9
2.5 การตลาดไก่พื้นเมือง	10
2.6 คุณภาพเนื้อของไก่พื้นเมืองและไก่พื้นเมืองลูกผสม	13
2.7 แนวทางการส่งเสริมและพัฒนาไก่พื้นเมืองและไก่ลูกผสมพื้นเมือง	14
บทที่ 3 วิธีการศึกษา	17
3.1 การเลือกพื้นที่ศึกษา	17
3.2 การเตรียมงานศึกษาภาคสนาม	17
3.3 การศึกษาในภาคสนาม	18
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	18
3.5 สรุปขั้นตอนการศึกษา	18
บทที่ 4 ตลาดไก่พื้นเมืองและลูกผสมพื้นเมือง	21
4.1 ความเป็นมา	21
4.2 ห่วงโซ่อุปทานไก่พื้นเมืองและลูกผสมพื้นเมืองในตลาดไก่สด	21
4.3 แหล่งผลิตไก่พื้นเมืองและลูกผสมพื้นเมือง	21

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
4.4 ผู้รวบรวมไก่และชำแหละไก่	22
4.5 ผู้จำหน่ายไก่ชำแหละ	24
4.6 ผู้บริโภคไก่	25
4.7 ความคิดเห็นเกี่ยวกับไก่พื้นเมือง/ ไก่ลูกผสมพื้นเมือง	26
4.8 ราคาไก่พื้นเมืองและลูกผสมพื้นเมือง	26
4.9 ความเป็นไปได้ในการใช้ไก่พื้นเมืองและลูกผสมพื้นเมืองเชิงพาณิชย์ในระดับชุมชน	27
4.10 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการพัฒนาคุณภาพไก่พื้นเมือง	27
บทที่ 5 ตลาดไก่อ่าง	28
5.1 ความเป็นมา	28
5.2 ห่วงโซ่อุตสาหกรรมไก่อ่าง	31
5.3 แหล่งผลิตไก่	32
5.4 ผู้รวบรวมไก่ ผู้ชำแหละไก่ และผู้จำหน่ายไก่ไข่ม้วนผู้ชำแหละ	32
5.5 ปริมาณและราคาไก่	34
5.6 ความคิดเห็นของผู้ชำแหละไก่และผู้จำหน่ายไก่อ่างต่อไก่ลูกผสมพื้นเมือง	35
5.7 ร้านจำหน่ายไก่อ่าง	36
5.8 ผู้บริโภคไก่อ่าง	37
5.9 ความรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับพันธุ์ไก่ที่นำมาทำไก่อ่าง	37
5.10 พันธุ์ไก่กับความชอบในการบริโภคไก่อ่าง	39
5.11 ราคาไก่อ่างที่ทำจากไก่ลูกผสมพื้นเมือง	39
5.12 ปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจซื้อไก่อ่าง	40
5.13 ต้นทุนไก่อ่าง	41
5.14 ความเป็นไปได้ในการใช้ไก่พื้นเมืองหรือลูกผสมพื้นเมืองเชิงพาณิชย์ ในธุรกิจไก่อ่าง	43
5.15 ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย	44
บรรณานุกรม	45
ภาคผนวก	46
ภาคผนวก ก ตารางผลการศึกษาตลาดไก่อ่างและลูกผสมพื้นเมือง	47

สารบัญ(ต่อ)

หน้า

ภาคผนวก ข ตารางผลการศึกษาตลาดไก่ย่าง	52
ภาคผนวก ค แบบสัมภาษณ์ผู้รวบรวมไก่	57
ภาคผนวก ง แบบสัมภาษณ์ผู้จำหน่ายไก่ชำแหละ	60
ภาคผนวก จ แบบสัมภาษณ์ผู้จำหน่ายไก่	63
ภาคผนวก ฉ แบบสัมภาษณ์ผู้จำหน่ายไก่ย่าง	66
ภาคผนวก ช แบบสัมภาษณ์ผู้บริโภคไก่ย่าง	69

ឥសានប័ណ្ណរូប

รูปที่ 1 กรอบการเก็บข้อมูล (Framework for data collection)	หน้า 20
---	---------

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 3.1 จำนวนผู้ถูกสัมภาษณ์จำแนกตามชนิดแบบสัมภาษณ์ และพื้นที่ศึกษา	19
ในจังหวัดขอนแก่น	
ตารางที่ 4.1 ห่วงโซ่อุปทานไก่พื้นเมืองและลูกผสมพื้นเมืองในจังหวัดขอนแก่น	22
ตารางที่ 4.2 แหล่งผลิตไก่พื้นเมืองและลูกผสมพื้นเมืองให้ผู้รวบรวมและชำแหละไก่	22
จังหวัดขอนแก่น	
ตารางที่ 4.3 ผู้รวบรวมไก่พื้นเมืองและลูกผสมพื้นเมืองใน 4 อำเภอของจังหวัดขอนแก่น	23
ตารางที่ 4.4 ปริมาณไก่ที่รวบรวมได้ในแต่ละสัปดาห์ ใน 4 อำเภอของจังหวัดขอนแก่น	23
ตารางที่ 4.5 การจำหน่ายไก่พื้นเมืองและลูกผสมพื้นเมืองระดับอำเภอ ในจังหวัดขอนแก่น	25
ตารางที่ 4.6 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการไก่พันธุ์ลูกผสมพื้นเมือง	26
ตารางที่ 4.7 ราคาไก่พื้นเมืองและลูกผสมพื้นเมืองจากผู้ผลิตจนถึงผู้บริโภค	26
ตารางที่ 5.1 ห่วงโซ่อุปทานธุรกิจไก่ย่างในจังหวัดขอนแก่น	32
ตารางที่ 5.2 ปริมาณไก่ย่าง น้ำหนักไก่เฉลี่ย ราคาจำหน่ายและรายได้รวมต่อสัปดาห์	34
ตารางที่ 5.3 ปริมาณไก่ย่างที่จำหน่ายในช่วงเทศกาลต่างๆในรอบปี	35
ตารางที่ 5.4 ความต้องการไก่พื้นเมืองและลูกผสมพื้นเมือง	35
ตารางที่ 5.5 ผู้บริโภคไก่ย่างในท้องถิ่นและนอกท้องถิ่น	37
ตารางที่ 5.6 เหตุผลของการเลือกซื้อไก่ย่างของผู้บริโภค	37
ตารางที่ 5.7 จุดประสงค์ของการซื้อไก่ย่างของผู้บริโภค	38
ตารางที่ 5.8 ความรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับพันธุ์ไก่ที่นำมาทำไก่ย่าง	38
ตารางที่ 5.9 พันธุ์ไก่กับความชอบในการบริโภคไก่ย่าง	38
ตารางที่ 5.10 ปัจจัยความชอบที่มีผลต่อการซื้อไก่ย่าง	40
ตารางที่ 5.11 ปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจซื้อไก่ย่าง	42
ตารางที่ 5.12 ความชอบในการบริโภคไก่ย่าง จำแนกตามสายพันธุ์ไก่	43
ตารางที่ 5.13 การยอมรับราคาไก่ย่างที่ทำจากไก่ลูกผสมพื้นเมืองเปรียบเทียบกับไก่ย่างทั่วไป	44

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญและความเป็นมาของโครงการ

การเลี้ยงไก่พื้นเมืองเป็นอาชีพเสริมอย่างหนึ่งของเกษตรกรนอกเหนือจากการประกอบอาชีพเกษตรกรรมอื่น ส่วนใหญ่เป็นการเลี้ยงให้หากินเองตามธรรมชาติ ไม่ได้เอาใจใส่มากนัก ปัจจุบันความนิยมของผู้บริโภคจะเน้นไปที่ไก่พื้นเมืองเพราะรสชาติดี เนื้อแน่นและมีกลิ่นหอมน่ารับประทาน ซึ่งตรงกันข้ามกับไก่เนื้อที่มีจำหน่ายทั่วไปในท้องตลาด แม้ว่าไก่พื้นเมืองจะเป็นที่ต้องการของตลาดก็ตาม แต่ส่วนใหญ่เป็นการเลี้ยงของเกษตรกรรายย่อย อีกทั้งเกษตรกรมักประสบปัญหาการจัดการด้านการตลาดและแหล่งจำหน่าย

ไก่พื้นเมืองเป็นอาหารคู่กับส้มตำซึ่งเป็นอาหารพื้นเมืองของชาวตะวันออกเฉียงเหนือมาช้านาน และเป็นอาหารระดับนานาชาติในปัจจุบัน สถานที่หลักในจำหน่ายไก่พื้นเมืองคือ ตลาดสดและร้านอาหารอีสาน โดยเฉพาะตลาดไก่ย่างที่มีชื่อเสียง เป็นที่รู้จักและนิยมของผู้บริโภคตามจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อาทิ ไก่ย่างเขาสวนกวางและไก่ย่างภูเวียง จังหวัดขอนแก่น ไก่ย่างบ้านแคน อ.เขื่องใน จังหวัดยโสธร ไก่ย่างห้วยทับทัน(ไม้ระด้น) จังหวัดศรีสะเกษ และไก่ย่างพังโคน จังหวัดสกลนคร เป็นต้น ในอดีตใช้ไก่พื้นเมืองนำมาทำไก่ย่าง จากความต้องการที่เพิ่มขึ้นของการบริโภคและการเกิดโรคไข้หวัดนกกระบาดทำให้ปริมาณไก่พื้นเมืองไม่เพียงพอกับความ ต้องการของตลาด จึงมีการนำไก่พื้นเมืองลูกผสมเข้ามาทดแทนไก่พื้นเมืองแต่ผู้จำหน่ายไก่ในตลาดสดและไก่ย่างยังคงใช้ชื่อไก่พื้นเมืองเป็นจุดขาย อย่างไรก็ตาม ไม่ปรากฏข้อมูลชัดเจนเกี่ยวกับพันธุ์ไก่ที่นำมาทำไก่ย่าง ปริมาณไก่ที่ใช้ในตลาดไก่ย่าง ความต้องการของผู้ผลิตและผู้บริโภคไก่ย่าง ตลอดจนความต้องการตลาดไก่พื้นเมืองในระดับอำเภอและห่วงโซ่การผลิต ดังนั้นเพื่อทราบถึงทิศทางการวิจัยไก่พื้นเมืองในอนาคต จึงจำเป็นต้องศึกษาความเป็นไปได้ในการใช้ไก่พื้นเมืองหรือลูกผสมพื้นเมืองเชิงพาณิชย์ในระดับชุมชน

1.2 วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความต้องการของตลาดไก่ย่างในจังหวัดขอนแก่น
2. เพื่อศึกษาความต้องการของตลาดไก่พื้นเมืองในระดับอำเภอและห่วงโซ่อุปทานในจังหวัดขอนแก่น

1.3 ขอบเขตการศึกษา

ดำเนินการศึกษาตลาดไถ่พื้นเมืองในอำเภอเขาสวนกวาง อำเภอเมือง อำเภอหนองเรือ และ อำเภอภูเวียง และ ตลาดไถ่อย่างเขาสวนกวางและภูเวียง ในจังหวัดขอนแก่น

1.4 ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. รูปแบบการพัฒนาไถ่พื้นเมืองหรือลูกผสมพื้นเมืองเชิงพาณิชย์ในระดับชุมชน
2. ข้อมูลปริมาณและความต้องการไถ่พื้นเมืองในระดับอำเภอและห่วงโซ่อุปทานในจังหวัดขอนแก่น

บทที่ 2

ทบทวนวรรณกรรม

2.1 ลักษณะและคุณสมบัติของไก่พื้นเมือง

1. การจำแนกไก่พื้นเมือง ไก่พื้นเมืองหรือไก่บ้าน (Domestic Fowl) ที่พบในชนบทอาจจำแนกเป็น 4 พันธุ์คือ ไก่ฮูหรือไก่ชน ไก่แจ้ ไก่ตะเภา และไก่กลายพันธุ์ คาดว่ามีไก่ฮูหรือไก่ชนประมาณ 91% ของไก่พื้นเมืองทั้งหมด ที่เหลือประมาณ 9% เป็นไก่แจ้ ส่วนไก่ตะเภาและไก่กลายพันธุ์พบว่ามีน้อยมาก วัตถุประสงค์ของการเลี้ยงไก่ฮูหรือไก่ชน สามารถแบ่งได้ 2 กลุ่ม คือ เพื่อเป็นอาหารและหรือจำหน่ายเป็นรายได้เสริม และเพื่อการกีฬา (เกรียงไกร โชประการ และคณะ , 2543)

2. พฤติกรรมและคุณสมบัติของไก่พื้นเมือง ไก่พื้นเมืองที่เกษตรกรเลี้ยงไว้ในปัจจุบัน ยังมีพฤติกรรมของสัตว์ปีกป่าที่สำคัญอยู่ กล่าวคือ การไข่จะไข่เป็นชุดหรือดัก (clutch) การไข่แต่ละชุดใช้เวลาประมาณ 2 สัปดาห์ ซึ่งได้ไข่ประมาณ 8-12 ฟอง เมื่อไข่หมดชุดแม่ไก่จะใช้เวลาฟักไข่ 21 วัน ต่อจากนั้นจะใช้เวลาเลี้ยงลูกไก่อีกประมาณ 1-3 เดือน จึงจะเข้าสู่รอบการผสมพันธุ์ต่อไป ซึ่งการผสมพันธุ์แต่ละรอบจะใช้เวลาประมาณ 3-4 เดือน หรือใน 1 ปี แม่ไก่พื้นเมืองจะให้ไข่ 3-4 ชุด หรือ 30-50 ฟอง การที่ไก่พื้นเมืองยังมีพฤติกรรมดังกล่าวข้างต้นอาจพิจารณาได้ 2 มุมมองคือ ในแง่ของการเลี้ยงเชิงการค้าถือว่าเป็นลักษณะด้อย เพราะให้ผลผลิตต่ำ แต่ถ้าในเชิงระบบของเกษตรกรจัดได้ว่าเป็นลักษณะเด่นที่สำคัญ เพราะเกษตรกรสามารถผลิตลูกไก่ได้เองโดยใช้แม่ไก่ฟักไข่

3. คุณสมบัติสำคัญบางประการของไก่พื้นเมืองได้แก่

มีสัญชาตญาณในการหลบภัย หากินเก่ง สามารถใช้อาหารที่มีคุณภาพต่ำได้ดีกว่าไก่ลูกผสมพื้นเมือง

มีความต้านทานความเครียดจากความร้อนมากกว่าไก่ลูกผสมพื้นเมืองและพันธุ์แท้จากต่างประเทศ

มีความต้านทานโรคระบาดที่สำคัญ คือ ไข้ตายไก่ อหิวาห์ไก่ และนิวคาสเซิล สูงกว่าไก่ลูกผสมพื้นเมืองและพันธุ์แท้จากต่างประเทศ

การพัฒนาอวัยวะสืบพันธุ์ของไก่เพศเมียคือ รังไข่และท่อนำไข่มีแนวโน้มด้อยกว่าไก่พันธุ์แท้จากต่างประเทศ ทำให้อายุเมื่อไข่ฟองแรกช้า

4. ลักษณะและผลผลิตของไก่พื้นเมือง ลักษณะและรูปร่างของไก่พื้นเมืองโดยทั่วไป จะสูงและเปรียวกว่าไก่พันธุ์เนื้อ ไก่เพศผู้ส่วนใหญ่มีขนสีดำ ส่วนสร้อยคอจะมีสีต่างกันไป ไก่เพศเมีย

ส่วนใหญ่มีขนสีดำแต่ก็ยังพบขนสีเทาและน้ำตาลอ่อนได้บ้าง เพศผู้จะเจริญเติบโตดีกว่าเพศเมีย และเริ่มผสมพันธุ์ได้เมื่ออายุประมาณ 8 เดือน เพศเมียจะเริ่มผสมพันธุ์ได้เมื่ออายุประมาณ 5-6 เดือน เมื่อได้รับการผสมพันธุ์แม่ไก่จะวางไข่และฟักไข่ อัตราการฟักออกในฤดูหนาวและฤดูฝนจะดีกว่าในฤดูร้อน ทั้งนี้เนื่องจากน้ำเชื้อของพ่อพันธุ์มีคุณภาพดี ประกอบกับอุณหภูมิและความชื้นพอเหมาะ การเจริญเติบโตของไก่พื้นเมืองในฤดูหนาวและฤดูฝนก็ดีกว่าในฤดูร้อน เพราะอาหารในธรรมชาติมีมาก อัตราการไข่ อัตราการฟักออก และอัตราการเจริญเติบโตของไก่พื้นเมืองที่เลี้ยงในชนบท แม่ไก่พื้นเมือง 1 ตัว จะสามารถผลิตลูกไก่ที่อยู่รอดจนถึงอายุ 4 เดือนได้ประมาณ 24-40 ตัว/ปี (ถ้าอัตราการเลี้ยงรอด 100%) อย่างไรก็ตาม ลูกไก่พื้นเมืองมีอัตราการเลี้ยงรอดประมาณ 30% ดังนั้นใน 1 ปี แม่ไก่พื้นเมืองแต่ละตัวจะสามารถผลิตลูกไก่พื้นเมืองจนถึงอายุ 4 เดือนได้เพียง 7-12 ตัว จากข้อมูลชี้ให้เห็นว่า การเพิ่มผลผลิตไก่พื้นเมืองในชนบทอาจทำได้ 2 วิธี คือ เพิ่มจำนวนลูกไก่/แม่/ปี และ ลดอัตราการตาย

2.2 ไก่พื้นเมืองลูกผสม

พันธุ์ไก่พื้นเมืองลูกผสม จะมีเลือดไก่พื้นเมือง 50% และเลือดไก่พันธุ์อื่นอีก 50% พ่อและแม่พันธุ์ไก่ที่ใช้ ซึ่งอาจจะเป็นดังนี้

1. พ่อไก่โรดไอแลนด์เรด ผสมกับแม่ไก่พื้นเมือง ลูกที่ได้เป็นลูกครึ่ง ได้ลูกน้อย เท่ากับไก่พื้นเมืองโดยที่แม่ไก่พื้นเมืองฟักไข่ได้เอง
2. พ่อไก่พื้นเมือง ผสมกับ แม่ไก่โรดไอแลนด์เรด หรือแม่ไก่บาร์พลีมัทรอค ได้ลูกครึ่งสามารถผลิตลูกไก่ได้มาก แต่ลูกไก่ที่ผลิตต้องใช้ตู้ฟักไข่ เนื่องจากแม่ไก่โรดไอแลนด์เรด และแม่ไก่บาร์พลีมัทรอคให้ไข่ดก

ในการเลี้ยงไก่พื้นเมืองลูกผสม โจน บัญจันทร์ (2551) สรุปข้อดีและข้อจำกัดของการเลี้ยงไก่พื้นเมืองลูกผสม ดังนี้

ข้อดีของการเลี้ยงไก่พื้นเมืองลูกผสม ได้แก่

1. ตลาดมีความต้องการมาก โดยสามารถจำหน่ายได้ในราคาที่ดีใกล้เคียงกับไก่พื้นเมือง
2. สามารถเลี้ยงเป็นอาชีพเสริมได้
3. ทุนค่าอาหารไม่มากเท่ากับไก่สายพันธุ์การค้า
4. เนื้อไก่พื้นเมืองลูกผสมมีลักษณะคล้ายไก่พื้นเมือง มีไขมันใต้ผิวหนังน้อยกว่าไก่กระทาง

ข้อจำกัดของการเลี้ยงไก่พื้นเมืองลูกผสม ได้แก่

1. การหาไก่พื้นเมืองลูกผสมจำนวนมากๆในครั้งเดียวกันในบางพื้นที่ทำได้ค่อนข้างยาก

2. ถ้าเกษตรกรผู้เลี้ยงต้องการไก่เป็นจำนวนมากในแต่ละรุ่นต้องผลิตลูกไก่เองหรือสถานที่เลี้ยงต้องอยู่ใกล้แหล่งผลิตไก่พื้นเมืองลูกผสม
3. ไก่พื้นเมืองลูกผสมที่เกิดจากพ่อไก่พันธุ์อื่นผสมกับแม่ไก่พื้นเมืองได้ลูกไม่มากเท่าที่ควร คือ ได้ลูกไก่เท่ากับไก่พื้นเมืองเท่านั้น

2.3 การจัดการไก่พื้นเมืองและไก่ลูกผสมพื้นเมือง

2.3.1 การจัดการไก่พื้นเมือง การจัดการในที่นี้หมายถึงการผลิตทั้งระบบ ได้แก่ เล้าไก่และอุปกรณ์ การจัดการฝูงพ่อ-แม่พันธุ์ การฟักไข่ การกกลูกไก่ การให้น้ำและอาหาร การป้องกันกำจัดโรคตลอดจนการควบคุมจำนวนไก่ในฝูง ซึ่งเกรียงไกร โชประการ และคณะ (2543) สรุปได้ดังนี้

1) เล้าไก่ ลักษณะที่สำคัญของเล้าคือ ขังไก่ได้ คนเข้าออกสะดวก มีคอนสำหรับให้ไก่นอน มีรังไข่เท่ากับจำนวนแม่ไก่ ขนาด รูปทรงของรังไข่และตำแหน่งที่วางรังไข่ควรต่างกันเพื่อปัญหาการไข่ซ้อนรัง ที่วางรังไข่ควรอยู่ในมุมมืดแต่อากาศถ่ายเทสะดวก สามารถจับไก่ได้ทุกตัว การให้วัคซีนก็จะสะดวกขึ้น

2) พ่อ-แม่พันธุ์ มีพ่อพันธุ์คุมฝูงเป็นประจำ โดยใช้พ่อพันธุ์ 1 ตัวต่อแม่พันธุ์ไก่ไม่เกิน 6 ตัว พ่อ-แม่พันธุ์ในฝูงควรมีอายุใกล้เคียงกัน โดยเริ่มต้นที่อายุ 6-8 เดือน และคัดทิ้งเมื่ออายุประมาณ 3 ปี ควรบริโภคน้ำและหรือจำหน่ายลูกไก่ที่เกิดจากพ่อ-แม่พันธุ์ที่มีอายุไม่เกิน 2.5 ปีออกจากฝูงเมื่ออายุประมาณ 4-5 เดือน เตรียมพ่อ-แม่พันธุ์ทดแทน คือ เมื่อพ่อ-แม่พันธุ์อายุประมาณ 2.5 ปี เริ่มคัดลูกไก่เพศเมียที่มีลักษณะดีไว้เป็นแม่พันธุ์ โดยเริ่มคัดได้ตั้งแต่ลูกไก่อายุประมาณ 2 เดือน และเมื่อถึงวัยเจริญพันธุ์ ให้คัดพ่อ-แม่พันธุ์และไก่รุ่นเพศผู้บริโภคหรือจำหน่าย หลังจากนั้น ใช้ไก่จากแหล่งอื่นที่มีลักษณะดีมาเป็นพ่อพันธุ์คุมฝูงต่อไป เพื่อหลีกเลี่ยงการผสมเลือดขึ้น

3) ไข่และการฟักไข่ ปัญหาสำคัญอีกประการหนึ่งของไก่พื้นเมืองคือ การไข่ซ้อนรัง มีผลให้ไข่แตกและอัตราการฟักออกลดลง ซึ่งเกิดจากรังไข่มีไม่เพียงพอกับจำนวนแม่ไก่ รังไข่มีขนาดและรูปร่างเหมือนกันและวางอยู่ในระดับเดียวกัน ถึงแม้ว่ามีรังไข่เพียงพอแต่ก็อาจเกิดปัญหานี้เช่นกันถ้ามีแม่พันธุ์เกิน 6-7 ตัวในฝูงเดียวกัน หลังจากแม่ไก่ฟักไข่ในแต่ละชุด ควรเปลี่ยนสิ่งรองรังทุกครั้ง และถ้าให้ดี อาจใช้กระเปาะและหรือใบยาสูบผสมกับฟางข้าวหรือหญ้าแห้งรองรัง ซึ่งจะช่วยป้องกันพยาธิภายนอกได้ทางหนึ่งด้วย

4) การเพิ่มจำนวนไข่-ลูกไก่ สามารถเพิ่มจำนวนชุดของการไข่ให้มากขึ้น โดยลดเวลาให้แม่ไก่เลี้ยงลูก (กก) น้อยลง การแยกลูกไก่ออกจากแม่ไก่เมื่ออายุ 1 เดือน จะทำให้ไข่เพิ่มขึ้นจากเดิม แต่วิธีนี้มีจุดอ่อนคือลูกไก่ต้องใช้เวลาประมาณ 1-2 สัปดาห์หลังจากแยกออกจากแม่ไก่ในการเรียนรู้ที่จะหาอาหารตามธรรมชาติ

5) อาหารและการให้อาหาร การปล่อยให้ไก่หากินเองตามธรรมชาติ ทำให้แหล่งอาหารโปรตีนอาจจะไม่เพียงพอ การเพิ่มแหล่งอาหารโปรตีนสำหรับไก่พื้นเมืองอาจทำได้โดยนำวัสดุ

เหลือใช้จากการเกษตรในท้องถิ่นมาใช้ประโยชน์ ร่วมกับแนะนำและหรือส่งเสริมให้เกษตรกรเพาะปลูกในฤดูร้อน หรือ ใช้ไฟล่อแมลงในเวลากลางคืน

6) การป้องกันโรค-พยาธิ เป็นวิธีที่สามารถเพิ่มผลผลิตไก่พื้นเมืองอย่างเห็นผลค่อนข้างชัดเจน แต่ยังมีปัญหาในเรื่องของวิธีการ การจัดหาวัคซีนและการยอมรับของเกษตรกร ดังนั้น ถ้าปัญหาดังกล่าวได้รับการแก้ไข จะทำให้ผลผลิตไก่พื้นเมืองเพิ่มขึ้นอย่างมาก

การเลี้ยงไก่พื้นเมืองในระยะต่างๆ ศาสตร์ ธรรมบุตร และคณะ (2550) สรุปไว้ดังนี้คือ

การเลี้ยงไก่พื้นเมืองอายุ 0-6 สัปดาห์ ลูกไก่ที่จะเลี้ยงขุนขายเนื้อส่งตลาด หรือพวกที่เลี้ยงไว้ทำพันธุ์ในอนาคตนั้น จำเป็นต้องมีการดูแลและเลี้ยงดูอย่างดี เริ่มจากลูกไก่ออกจากตู้ฟัก ให้ทำการตัดปากบนออก 1 ใน 3 แล้วนำไปกกด้วยเครื่องกกลูกไก่เพื่อให้ไก่อบอุ่นด้วยอุณหภูมิ 95 องศา F ในสัปดาห์ที่ 1 แล้วลดอุณหภูมิลงสัปดาห์ละ 5 องศา F กกลูกไก่เป็นเวลา 3-4 สัปดาห์

ลูกไก่ 1 ตัว ต้องการพื้นที่ในหึ่งกกลูกไก่ 0.5 ตารางฟุต หรือเท่ากับ 22 ตัว/ตารางเมตร การกกลูกไก่ให้ดูแลอย่างใกล้ชิด ถ้าหากอากาศร้อนเกินไปให้ดับไฟกก เช่น กลางวันก็ลี้ภัยและบ่ายๆ ส่วนกลางคืนจะต้องให้ไฟกกตลอดคืน ในระหว่างกกจะต้องมีน้ำสะอาดให้กินตลอดเวลา และวางอยู่ใกล้รางอาหาร ทำความสะอาดภาชนะใส่น้ำวันละ 2 ครั้ง คือเช้าและบ่าย ลูกไก่ 100 ตัว ต้องการรางอาหารที่กินได้ทั้งสองข้างยาว 6 ฟุต และขวดน้ำขนาด 1 แกลลอน จำนวน 3 ขวด ทำวัคซีนป้องกันโรคนิวคาสเซิล โรคหลอดลมอักเสบติดต่อ และโรคฝีดาษ เมื่อลูกไก่อายุ 1-7 วัน

การให้อาหารลูกไก่ ระยะกก (1-14 วันแรก) ควรให้อาหารบ่อยครั้งใน 1 วัน อาจแบ่งเป็นตอนเช้า 2 ครั้ง ตอนบ่าย 2 ครั้ง และตอนค่ำอีก 1 ครั้ง การให้อาหารบ่อยครั้งจะช่วยกระตุ้นให้ไก่กินอาหารดีขึ้น อีกทั้งอาหารจะใหม่สดเสมอ

การเลี้ยงไก่พื้นเมืองอายุ 7-16 สัปดาห์ การเลี้ยงไกระยะเจริญเติบโตระหว่าง 7-16 สัปดาห์เป็นการเลี้ยงบนพื้นดินปล่อยฝูงๆ ละ 100-200 ตัว ในอัตราส่วนไก่ 1 ตัว ต่อพื้นที่ 1.4 ตารางฟุต หรือไก่ 8 ตัว ต่อตารางเมตร พื้นคอกกรองด้วยแกลบหรือวัสดุดูดซับความชื้นได้ดี การเลี้ยงไกระยะนี้ไม่ต้องแยกไก่ตัวผู้ออกจากไก่ตัวเมีย เลี้ยงปนกัน การเลี้ยงที่มีวัตถุประสงค์เพื่อขายเป็นไก่เนื้อพื้นเมือง จะต้องเลี้ยงแบบให้กินอาหารเต็มที่ มีอาหารในถังและรางอาหารตลอดเวลา เพื่อเร่งการเจริญเติบโตให้น้ำหนักตามที่ตลาดต้องการ ให้น้ำสะอาดกินตลอดเวลา ทำความสะอาดขวดน้ำวันละ 2 ครั้ง คือ เช้าและบ่าย ลูกไกระยะนี้ต้องการรางอาหารที่มีลักษณะยาวที่กินได้ทั้งสองข้างยาว 4 นิ้วต่อไก่ 1 ตัว หรือรางอาหารชนิดถึงที่ใช้แขวนจำนวน 3 ถังต่อไก่ 100 ตัว ต้องการรางน้ำอัตโนมัติยาว 4 ฟุต หรือน้ำ 24-32 ลิตร ต่อไก่ 100 ตัว ฉีดวัคซีนป้องกันโรคนิวคาสเซิล ฉีดเมื่อลูกไก่อายุครบ 8 สัปดาห์

แต่สำหรับเกษตรกรที่มีพื้นที่กว้าง เช่น ในไร่นา หรือที่สวนปลูกไม้ผลหรือมีแปลงหญ้า ก็สามารเลี้ยงแบบปล่อยให้หากินเองตามธรรมชาติแล้วเสริมอาหารผสมในเวลาเย็นใกล้ค่ำ และด

ให้อาหารเช้าเพื่อบังคับให้ไก่ไปหากินเอง ถ้าเราให้อาหารเช้าไก่จะไม่ออกหากิน ดังนั้นจึงเปลี่ยนให้อาหารเวลาเย็นเวลาเดียวให้กินจนอิ่มเต็มกระเพาะ ส่วนน้ำจะต้องมีให้กินตลอดเวลา ทำการป้องกันโรคระบาดนิวคาสเซิลโดยการฉีดวัคซีนเมื่ออายุ 16 สัปดาห์

การเลี้ยงไก่สาวอายุ 17-26 สัปดาห์ การเลี้ยงไก่สาว อายุ 17-26 สัปดาห์ เลี้ยงในคอกบนพื้นดินเลี้ยงปล่อยเป็นฝูงๆ ละ 100-150 ตัว พื้นที่ 1 ตารางเมตร เลี้ยงไก่สาวได้ 5-6 ตัว ขึ้นตอนต่อไปนี้ให้ถ่ายพยาธิภายในด้วยยาประเภทพิฟเพอราซิน ชนิดเม็ดทุกๆ ตัวๆ ละ 1 เม็ด สุดท้ายคืออาบน้ำยาให้ฆ่าเหาไรไก่ โดยใช้ยาฆ่าแมลงชนิดผงชื่อ เซฟวิน 85 ตวงยา 3 ช้อนแกงต่อน้ำ 20 ลิตร หรือใช้ยาซุนโทนหรืออนุกวอนก็ได้ นำไก่อลงจุ่มน้ำ ปล่อยให้ขยี้กจนทั่วลำตัว และก่อนนำไก่อขึ้นจากน้ำยา ก็ให้จับหัวไก่อุ่มลงในน้ำก่อนหนึ่งครั้งเป็นอันเสร็จวิธีการฆ่าเหาไรไก่

การเลี้ยงไก่สาวระยะนี้จะต้องมีการควบคุมจำนวนอาหารที่ให้กิน สุ่มชั่งน้ำหนักทุกๆ สัปดาห์ เปรียบเทียบตารางมาตรฐาน ให้น้ำกินตลอดเวลา คัดไก่อป่วยออกจากฝูงเมื่อเห็นไก่อแสดงอาการผิดปกติ ทำความสะอาดคอกและกลับเกลบหรือวัสดุรองพื้นเสมอๆ เมื่อเห็นว่าพื้นคอกเปียกชื้น และ การรักษาพื้นคอกไม่ให้ชื้น และแห้งอยู่เสมอๆ เป็นการป้องกันไม่ให้เกิดโรคไก่ ไก่จะแข็งแรง เลี้ยงง่าย ตายยาก เป็นเทคนิคง่ายๆ ที่เกษตรกรควรเอาใจใส่เป็นพิเศษ และไม่จำเป็นจะต้องใช้ยามาก ดังนั้นในทางปฏิบัติ จึงต้องสร้างคอกไก่ให้สามารถระบายอากาศได้ดี มีลมผ่านพัดความชื้นออกไป และมีอากาศเย็น และสดชื่นเข้ามาแทน คอกไก่ไม่ควรจะมีตึบ อับลม อับแสง

สำหรับเกษตรกรที่มีพื้นที่เลี้ยงกว้าง เช่น ในไร่นา สวน สามารถปล่อยไก่อได้ แนะนำให้ปล่อยหากินเองตามธรรมชาติจะช่วยลดค่าใช้จ่ายด้านอาหารลงมาก เราเพียงเสริมอาหารเฉพาะในเวลาเย็นครั้งเดียวก็พอ เสริมในปริมาณ 70-75% ของอาหารที่เลี้ยงแบบขังคอก แต่จะต้องมีน้ำใส่ภาชนะให้ไก่อได้กินตลอดเวลา การเลี้ยงปล่อยแปลงไก่อจะแข็งแรง และไม่จิกชนกัน ไก่จะดูสวยงามขนเป็นมัน เลี้ยงปล่อยแปลงไปจนกว่าแม่ไก่อเริ่มไข่ จึงเปลี่ยนสูตรอาหารเป็นอาหารไก่ไข่หรือไก่พันธุ์

การเลี้ยงไก่พ่อแม่พันธุ์อายุ 26-72 สัปดาห์ ไก่สาวจะเริ่มไข่ฟองแรกเมื่ออายุประมาณ 6-7 เดือน เมื่อไก่อเริ่มไข่ให้เปลี่ยนสูตรอาหารใหม่ ให้มีโภชนาการเพิ่มขึ้น เพื่อไก่อนำไปสร้างไข่รวมทั้งเพิ่มแคลเซียม จากเดิม 0.90% เป็น 3.75% ฟอสฟอรัสใช้ประโยชน์ 0.35% เพื่อนำไปสร้างเปลือกไข่ ส่วนไก่อพ่อแม่พันธุ์นั้นให้อาหารเช่นเดียวกับแม่พันธุ์ แต่มีธาตุแคลเซียมต่ำกว่า คือ 0.90% และฟอสฟอรัส 0.45% เท่าๆ กับอาหารไกรุ่นหนุ่มสาว เพราะไก่อพ่อแม่พันธุ์ไม่ไข่จึงไม่จำเป็นจะต้องให้แคลเซียมและฟอสฟอรัสสูง และอีกประการหนึ่ง การให้ธาตุแคลเซียมสูงเช่นเดียวกับแม่พันธุ์หรือให้อาหารสูตรเดียวกับแม่พันธุ์นั้น มีผลต่อการผลิตน้ำเชื้อมีปริมาณลดลง มีเปอร์เซ็นต์การผสมติดลดลง ดังนั้นการจัดการที่ดีจึงควรแยกสูตรอาหารไก่อพ่อแม่พันธุ์ จำนวนอาหารที่แม่ไก่อกินอยู่ระหว่าง 70-80 กรัม/ตัว/วัน การให้อาหารมากกว่านี้ เช่น วันละ 90-100 กรัม แม่ไก่อจะอ้วนมาก ไข่ลดลง

2.3.2 การจัดการไถ่พื้นเมืองลูกผสม โนม บุญจันทร์ (2551) สรุปการเลี้ยงไถ่พื้นเมืองลูกผสมไว้ดังนี้ คือ การเริ่มต้นการเลี้ยงไถ่พื้นเมืองลูกผสม อาจทำได้โดย

- 1) เลี้ยงพ่อพันธุ์ แม่พันธุ์ โดยเริ่มจากการซื้อลูกไถ่ขนาดเล็ก หรือซื้อไถ่รุ่นหรือไถ่ใหญ่มาเลี้ยงเป็นพ่อพันธุ์-แม่พันธุ์
- 2) โดยการซื้อลูกไถ่พื้นเมืองลูกผสมจากผู้ผลิตลูกไถ่ขาย วิธีนี้สะดวกในการดูแลและจัดการได้ลูกไถ่ครั้งละจำนวนมากและมีขนาดใกล้เคียงกัน

โรงเรือนและขนาดพื้นที่ สร้างได้หลายแบบโดยอาจสร้างถาวร หลังคามุงกระเบื้องหรือสังกะสี พื้นคอนกรีต ผนังด้วยลวดตาข่าย หรืออาจใช้วัสดุที่หาง่ายในท้องถิ่น เช่น มุงด้วยหลังคาจากหรือแฝก ผนังใช้ไม้ไผ่ซี่หรือลวดตาข่าย พื้นดินหรือคอนกรีตก็ได้ แล้วโรงเรือนที่สร้างนี้ต้องกันแสงแดด ฝน ป้องกันลมโกรก และศัตรูของไถ่ได้

การเตรียมโรงเรือนก่อนที่จะนำไถ่เข้ามาเลี้ยง ต้องทำความสะอาดโรงเรือนและบริเวณรอบๆ ให้สะอาด ฉีดยาฆ่าเชื้อโรคแล้วโรยปูนขาวให้ทั่ว ถ้ามีเหาและไรบกวนต้องฉัดพ่นยาฆ่าแมลง โดยการฉีดพ่นและทิ้งคอกไว้นาน 7-10 วัน เอาเกลบหรือขี้เลื่อยใส่รองพื้นเพื่อดูดความชื้นจากมูลไถ่

วัสดุและอุปกรณ์ในการเลี้ยง ได้แก่ ภาชนะใส่น้ำ ภาชนะใส่อาหาร ภาชนะใส่กรวดและเปลือกหอยป่น ในกรณีที่มีการเลี้ยงแบบขังคอกตลอดเวลา

วิธีการเลี้ยงไถ่พื้นเมืองลูกผสม เกษตรกรรายย่อยสามารถเลือกวิธีการเลี้ยงได้ตามทุนของตนเองที่มีอยู่ ซึ่งวิธีการเลี้ยงแต่ละวิธีให้ผลไม่เหมือนกัน วิธีการเลี้ยงอาจทำได้หลายวิธี เช่น

- 1) เลี้ยงโดยวิธีปล่อยลาน ให้ไถ่ออกหาอาหารกินที่มีอยู่ตามธรรมชาติเป็นหลัก และมีการเสริมอาหารให้ไถ่กินบ้างเล็กน้อย แต่มีคอกหรือที่หลบฝน หลบแดดให้ไถ่ วิธีการนี้ไถ่เจริญเติบโตช้า แต่ลงทุนน้อย เลี้ยงไถ่ได้จำนวนไม่มากนัก
- 2) เลี้ยงโดยวิธีปล่อยลานและขังคอก ต้องสร้างโรงเรือนให้ไถ่ได้อาศัยโดยให้อาหารมีจำนวนมากพอ ปล่อยออกหากินในตอนเช้า และตอนเย็นให้อาหารกินอย่างเต็มที่ วิธีนี้ทุนค่าอาหารเพิ่มขึ้น เลี้ยงไถ่ได้จำนวนมากขึ้น
- 3) เลี้ยงในคอกตลอดเวลา อาหารจึงควรมีสมบูรณ์ และมีน้ำสะอาดให้กินตลอดเวลา วิธีนี้เลี้ยงไถ่ได้ไม่จำกัดจำนวนเท่าที่พื้นที่โรงเรือนเอื้ออำนวย ลงทุนค่าอาหารมาก แต่สะดวกในการจัดการ

การเลี้ยงพ่อพันธุ์แม่พันธุ์ ใช้ตัวผู้ 1 ตัว ต่อตัวเมีย 8 ตัว การเลี้ยงฝูงไถ่พันธุ์ที่ใช้พ่อพันธุ์โรคไอแลนค์เรดหรือพันธุ์บาร์พลัมทรอก ผสมกับไถ่พื้นเมืองเทศเมียว ต้องทำรังให้แม่ไถ่ทุกตัว ในกรณีที่ไถ่พ่อไถ่พื้นเมืองผสมกับไถ่พันธุ์โรคไอแลนค์เรดหรือพันธุ์บาร์พลัมทรอกเทศเมียว ซึ่งแม่ไถ่ไม่ฟักไข่ต้องหารังให้แม่ไถ่จำนวน 4 ตัว ต่อ 1 รัง มีน้ำและอาหารให้กินตลอดเวลา แต่ระวังอย่าให้ไถ่อ้วน

การเลี้ยงลูกไก่ ลูกไก่อายุ 0-2 สัปดาห์ ต้องให้ความอบอุ่นแก่ลูกไก่ โดยใช้หลอดไฟฟ้า กลมชนิดมีไส้แขวนไว้เหนือไก่ หรือนำกล่องกระดาษเจาะรูด้านข้างเพื่อระบายอากาศ นำแถบ หูผ้าแห้งใส่รองพื้น หรือนำมาขึงสุมแล้วเอากระสอบคลุม เอาหญ้าหรือฟางแห้งรองพื้น นำลูกไก่ ใส่ไว้ในตอนกลางคืน

การเลี้ยงไก่รุ่น ช่วงอายุ 3-6 สัปดาห์ ไม่จำเป็นต้องกก เพียงแต่ดูแลไม่ให้ฝนสาดหรือลม โกรก ในกรณีที่เลี้ยงแบบครึ่งปล่อยงานครึ่งขังคอก ให้อาหารตามปกติ แต่ปล่อยให้ไก่ออกไปหา กินอาหารธรรมชาติในบริเวณที่กำหนด อาหารส่วนใหญ่ก็ได้รับจากผู้เลี้ยง

การจำหน่ายไก่พื้นเมืองลูกผสม ไก่พื้นเมืองลูกผสมเลี้ยงเพื่อเอาเนื้อเป็นอาหาร เนื่องจาก สามารถผลิตลูกไก่ได้มากกว่าไก่พื้นเมือง และรสชาติของเนื้อดีกว่าไก่อะเทศโดยทั่วไป เมื่อเลี้ยง ได้น้ำหนักประมาณ 1 กิโลกรัมก็จับขาย โดยใช้เวลาเลี้ยงประมาณ 12 สัปดาห์

2.4 การปรับปรุงพันธุ์และการเจริญเติบโตของไก่พื้นเมือง

ปรับปรุงพันธุ์ไก่พื้นเมือง วิธีที่สะดวกและเสียค่าใช้จ่ายน้อยคือ การนำไก่พันธุ์ซึ่งมีลักษณะ ตามที่เราต้องการจากต่างประเทศมาผสมกับไก่พื้นเมืองมีรสชาติคล้ายไก่พื้นเมืองอัตราการเลี้ยงรอด สูง เปอร์เซ็นต์การฟักออกไข่สูง เปอร์เซ็นต์ซากที่ผู้บริโภคสูง ราคาจำหน่ายดี ความผันแปรของ ตลาดน้อย ไก่ลูกผสมที่นิยมเลี้ยงและทำที่ศึกษามาได้ลูกผสม 2 สายพันธุ์ ระหว่างพันธุ์พื้นเมืองกับ ไรต์ไอส์แลนด์เรด และลูกผสมสามสายพันธุ์ ระหว่างไก่พื้นเมือง ไรต์ไอส์แลนด์เรด และบาร์ พลิมร็อค

เกรียงไกร โชประการและคณะ (2541) ทำการศึกษาเปรียบเทียบประสิทธิภาพการผลิตของ ไก่พื้นเมืองกับไก่ลูกผสมพื้นเมือง 2 สายเลือดและ 3 สายเลือดทั้งที่ใช้พันธุ์พื้นเมืองหรือพันธุ์ ต่างประเทศเป็นสายพ่อพันธุ์พบว่าข้อมูลตรงกันคือ ไก่ลูกผสมพื้นเมืองจะมีการพัฒนาการสืบพันธุ์ อัตราการเจริญเติบโตและอัตราการไข่ดีกว่าไก่พื้นเมืองถ้าเลี้ยงภายใต้การจัดการที่ดีคือ เลี้ยงแบบขัง ได้รับวัคซีนป้องกันโรคพยาธิครบตามกำหนด อาหารและน้ำเพียงพอทั้งปริมาณและคุณภาพ

เกรียงไกร โชประการและคณะ (2543) ศึกษาการพัฒนาการเลี้ยงไก่ลูกผสมพื้นเมือง ถึงแม้ว่าไก่พื้นเมืองจะมีลักษณะเด่นคือ ปรับตัวได้ดีในสภาพชนบทหากินเก่ง ทนทานต่อโรค ระบาดที่สำคัญ และสามารถให้ผลผลิตได้ แม้ว่าการจัดการอยู่ในระดับต่ำ แต่มีข้อด้อยคือ เจริญเติบโตช้าและอัตราการไข่ต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับพันธุ์แท้จากต่างประเทศ นักวิจัยจึงได้ศึกษาหา วิธีที่จะเพิ่มผลผลิตไก่พื้นเมือง โดยผสมข้ามกับไก่พันธุ์แท้ต่างๆ เช่น ไรต์ไอส์แลนด์เรด (Rhode Island Red:RIR) บาร์พลิมร็อค (Bared Phymouth Rock:BPR) เล็กฮอร์นขาว (Single White Leghorn:SWL) และเซี่ยงไฮ้ (Shang hai:SH) เป็นต้น โดยมีทั้งลูกผสม 2 สายเลือดและ 3 สายเลือด

ไก่ลูกผสมพื้นเมืองสามสายเลือดในปัจจุบันแบ่งตามลักษณะผู้เลี้ยงได้เป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่ม แรกเป็นเกษตรกรรายย่อยซึ่งได้รับการแนะนำส่งเสริมจากภาครัฐ ซึ่งผู้เลี้ยงและจำนวนไก่ที่เลี้ยงมี

จำนวนไม่มากนัก อีกกลุ่มหนึ่งคือ ภาคเอกชนที่ผลิตไก่ออกผสมเป็นการค้าในปริมาณที่ค่อนข้างมาก และสม่ำเสมอเท่าที่ทราบมีอยู่ 2 บริษัทด้วยกัน คือ ไก่ไทยชัยอารีย์ และบริษัทตะนาวศรีไก่ไทย ซึ่งมีกำลังผลิตรวมทั้งสิ้นประมาณ 80,000-100,000 ตัวต่อสัปดาห์ หรือ 4-5 ล้านตัวต่อปี

การเลี้ยงไก่พื้นเมืองของเกษตรกรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า ไก่พื้นเมืองมีการเจริญเติบโตเฉลี่ยวันละ 10.48 กรัม และมีน้ำหนักประมาณ 1.218 กิโลกรัมเมื่ออายุ 4 เดือนครึ่ง (กรมปศุสัตว์, 2542) ลักษณะทางเศรษฐกิจในด้านการเจริญของไก่พื้นเมืองที่ได้จากการศึกษาของโครงการการสร้างฝูงไก่พื้นเมือง 4 พันธุ์ ได้แก่ พันธุ์เหลืองหางขาว พันธุ์ประดู่หางดำ พันธุ์แดง และพันธุ์ซี ของกรมปศุสัตว์โดยการสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย โดยวัดน้ำหนักตัวไก่แต่ละเพศที่อายุ 12 และ 16 สัปดาห์ พบว่า ไก่พันธุ์เหลืองหางขาว มีน้ำหนักตัวเฉลี่ยเท่ากับ 1169.9 ± 192.0 กรัม และ 1577.9 ± 290.0 กรัม ตามลำดับ (ธีระชัย และคณะ, 2551) ไก่พันธุ์ประดู่หางดำ มีน้ำหนักตัวเฉลี่ยเท่ากับ 1098.2 ± 180.8 กรัม และ 1561.1 ± 274.4 กรัม ตามลำดับ (อำนาจ และคณะ, 2551) ไก่พันธุ์แดง มีน้ำหนักตัวเฉลี่ยเท่ากับ 1054.9 ± 187.1 กรัม และ 1382.1 ± 265.5 กรัม ตามลำดับ (ทวีศิลป์ และคณะ, 2551) และไก่พันธุ์ซี มีน้ำหนักตัวเฉลี่ยเท่ากับ 853 ± 165.2 กรัม และ 1147.37 ± 231.1 กรัม ตามลำดับ (ชูศักดิ์ และเทิดศักดิ์, 2551)

2.5 การตลาดไก่พื้นเมือง

ผู้บริโภคในประเทศไทยนิยมบริโภคไก่พื้นเมืองมากกว่าไก่เนื้อที่วางขายตามท้องตลาด เนื่องจากรสชาติดีกว่า และเนื้อไม่เปื่อยยุ่ยเหมือนไก่เนื้อ ราคาจำหน่ายในท้องตลาดดีกว่า ตลาดมีความต้องการไก่พื้นเมือง น้ำหนักประมาณ 1.5 - 2 กิโลกรัม (กรมปศุสัตว์, 2542) โดยทั่วไปเกษตรกรจะจำหน่ายไก่เมื่ออายุประมาณ 4-6 เดือน น้ำหนักประมาณ 0.8-1.5 กิโลกรัม (พิเชษฐ และคณะ, 2543) การจำหน่ายส่วนมากจำหน่ายตามน้ำหนัก ราคาขายไก่พื้นเมืองมีทั้งเกษตรกรกำหนดราคาเองและพ่อค้าคนกลางเป็นผู้กำหนด

เกรียงไกร โชประการ และคณะ (2543) แบ่งตลาดพื้นเมืองออกเป็น 3 ช่วงคือ ตลาดไก่พื้นเมืองในอดีต ตลาดไก่พื้นเมืองในปัจจุบัน และตลาดไก่พื้นเมืองในอนาคต

ตลาดไก่พื้นเมืองในอดีต ส่วนใหญ่จะอยู่ภายในหมู่บ้านหรือระหว่างหมู่บ้านใกล้เคียง และเป็นการขายตรงถึงผู้บริโภคคือเกษตรกรด้วยตนเอง การจำหน่ายผ่านพ่อค้าคนกลางมีน้อยมาก ยกเว้นบางหมู่บ้านที่อยู่ใกล้ตลาดและการคมนาคมสะดวก การซื้อขายไก่พื้นเมืองในหมู่บ้านจะมีเป็นครั้งคราวคือ เมื่อมีแขกมาเยี่ยมเยียนก็จะหาซื้อไก่พื้นเมืองมาปรุงอาหารเพื่อเลี้ยงรับรอง ช่วงที่มีการซื้อขายกันมากคือ ฤดูค่านาและเกี่ยวข้าว ไก่พื้นเมืองมีราคาแพงและหาซื้อได้ยาก ถึงแม้ไก่พื้นเมืองในช่วงฤดูนี้จะมากกว่าฤดูอื่น แต่เกษตรกรก็จะไม่นิยมขายนอกจากมีความจำเป็นต้องใช้เงินสด เพราะต้องการเก็บไว้ใช้เป็นอาหาร สำหรับไก่ที่เกษตรกรนำไปจำหน่ายนอกหมู่บ้านนั้น มีจำนวนไม่มากนัก โดยจะนำไปขายตอนเช้ามืดพร้อมกับผลผลิตเกษตรอื่นๆ ช่วงที่ไปขายมากคือฤดู

ร้อนซึ่งเป็นระยะที่เกิดโรคระบาด เพราะถ้าไม่ขายไก่อีกจะตาย ซึ่งเกษตรกรไม่นิยมบริโภคไก่ที่ตายด้วยโรค นอกจากนี้เกษตรกรให้เหตุผลว่าเป็นการลดปัญหาโรคระบาดได้อีกทางหนึ่งด้วย ในอดีตตลาดระดับตำบลมีค่อนข้างน้อยส่วนใหญ่จะเป็นตลาดระดับอำเภอหรือจังหวัด พ่อค้าคนกลางจะออกไปรวบรวมไก่อตามหมู่บ้านในเวลาเช้า เพื่อส่งจำหน่ายในตอนบ่ายวันเดียวกันในรูปของไก่ชำแหละ และหรือไก่มีชีวิต หรือจำหน่ายให้แก่พ่อค้าคนกลางในตลาดอีกทอดหนึ่ง

ตลาดไก่พื้นเมืองในปัจจุบัน ไก่พื้นเมืองในประเทศเพิ่มขึ้นถึง 64% จากปี พ.ศ.2534 ถึงปี พ.ศ.2539 จำนวนไก่พื้นเมืองที่เพิ่มขึ้นนี้ อาจเป็นเพราะการเพิ่มของจำนวนประชากรที่ทำให้เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่พื้นเมืองเพิ่มขึ้น อีกประการหนึ่งคือ การเพิ่มจำนวนไก่ต่อครัวเรือนของเกษตรกรบางรายที่ได้รับคำแนะนำการปรับปรุงการเลี้ยงไก่พื้นเมือง การที่การคมนาคมสะดวกและร้านค้าปลีกในหมู่บ้านเพิ่มมากขึ้น ทำให้เกษตรกรสามารถเลือกซื้ออาหารอย่างอื่นที่มีราคาถูกกว่าไก่พื้นเมือง โดยเกษตรกรจะนำไก่พื้นเมืองไปขายและนำเงินสดที่ได้ไปซื้ออาหารอย่างอื่นซึ่งราคาถูกกว่าไก่พื้นเมือง ทำให้เกษตรกรนิยมนำไก่พื้นเมืองมาจำหน่ายนอกหมู่บ้านเพิ่มขึ้น ทั้งในรูปของการขายโดยตรงกับผู้บริโภค และหรือผ่านพ่อค้าคนกลาง ไก่ที่ขายในตลาดระดับอำเภอ จังหวัด และตลาดกลางในกรุงเทพฯ จะมีคุณภาพและลักษณะจำเพาะมากกว่าตลาดท้องถิ่น กล่าวคือจะต้องเป็นไก่รุ่น น้ำหนักตัวไม่เกิน 2 กิโลกรัม คุณภาพเนื้อไก่ต้องดี ที่สำคัญต้องไม่เป็นโรคหรือมีแผลบนลำตัว ถ้าเป็นไก่สาวขนสีสียังไม่ไข่ น้ำหนักตัวประมาณ 1.3 กิโลกรัม จะได้ราคาดีกว่าลักษณะอื่นๆ โดยภาพรวมอาจกล่าวได้ว่า ตลาดไก่พื้นเมืองยังเปิดกว้างอยู่ ทั้งในระดับท้องถิ่นและในเมือง ทั้งนี้เป็นเพราะไก่พื้นเมืองมีเนื้อแน่น ไขมันน้อยเมื่อเทียบกับไก่เนื้อ ประกอบกับไม่มีสารพิษตกค้าง ดังนั้นการสนับสนุนให้มีตลาดชุมชนกระจายตัวมากขึ้น น่าจะเป็นทิศทางที่ถูกต้องและเป็นผลดีต่อเกษตรกรโดยตรง ที่สำคัญจะต้องคงลักษณะเด่นของไก่พื้นเมืองซึ่งเป็นที่ต้องการของตลาดคือ คุณภาพซากเอาไว้ เพราะเป็นคุณสมบัติสำคัญที่ทำให้ราคาไก่พื้นเมืองสูงกว่าไก่เนื้อมาโดยตลอด นอกจากไก่พื้นเมืองแล้ว ในปัจจุบันคาดว่าจะมีไก่ลูกผสมพื้นเมืองออกสู่ตลาด โดยส่วนใหญ่จะเป็นตลาดในกรุงเทพฯ และจังหวัดรอบๆ กรุงเทพฯ ซึ่งในธุรกิจการเลี้ยงไก่นิยมเรียกว่าตลาดบน คือกลุ่มลูกค้าที่มีกำลังซื้อสูงกว่าผู้บริโภคทั่วไป อย่างไรก็ตามปัจจุบันความต้องการของตลาดไก่ลูกผสมพื้นเมืองในต่างจังหวัด ทั้งในภาคเหนือและในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ยังมีน้อยมาก และเป็นปัญหาอีกประการหนึ่งสำหรับผู้เลี้ยงไก่ลูกผสมรายย่อยที่ด้านการส่งเสริมจากรัฐ นอกจากประสิทธิภาพการผลิต

ตลาดไก่พื้นเมืองในอนาคต แบ่งเป็น 2 ส่วนคือ ตลาดในประเทศและตลาดต่างประเทศ

1) **ตลาดในประเทศ** จากหัวข้อที่กล่าวมาแล้วชี้ให้เห็นว่าตลาดในประเทศยังมีความต้องการไก่พื้นเมืองทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับในเมือง โดยเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่พื้นเมืองซึ่งมีประมาณครึ่งหนึ่งของประชากรทั้งประเทศ สามารถนำผลผลิตที่ได้มาจำหน่ายด้วยตนเองและหรือผ่านพ่อค้าคนกลางโดยได้รับผลตอบแทนที่ค่อนข้างเป็นธรรม ที่สำคัญคือ ไม่เป็นระบบผูกขาดและ

มีการกระจายรายได้อย่างทั่วถึง ดังนั้นในแง่ของตลาดควรคงรูปแบบเดิมไว้ โดยภาครัฐควรให้การสนับสนุนการจัดตั้งตลาดชุมชนอย่างจริงจัง

2) **ตลาดต่างประเทศ** ไก่พื้นเมืองเป็นที่นิยมของผู้บริโภคของทุกประเทศในเขตเอเชีย เช่น จีน ญี่ปุ่น ไต้หวัน เกาหลี มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย โดยไก่พื้นเมืองแท้เป็นไก่ที่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือไก่ลูกผสมพื้นเมือง และสุดท้ายคือไก่เนื้อ ไก่พื้นเมืองที่ตลาดต้องการมีขนาดตั้งแต่ 1.5-2.0 กิโลกรัม/ตัว โดยเฉพาะไก่สาวที่มีอายุพร้อมที่จะไข่หรือเริ่มไข่ ปัจจัยสำคัญในการทำธุรกิจเพื่อการส่งออกก็คือ ปริมาณและความสม่ำเสมอของผลผลิต เมื่อพิจารณาถึงผลดีและผลเสียโดยเฉพาะต่อเกษตรกรรายย่อยแล้ว การเลี้ยงไก่พื้นเมืองเพื่อการส่งออกอาจจะไม่เหมาะสมนัก ที่มีความเป็นไปได้สูงคือ ไก่ลูกผสมพื้นเมือง เพราะสามารถที่จะดำเนินการในเชิงธุรกิจได้ ซึ่งในปัจจุบันก็ยังมีปัญหาในเรื่องของปริมาณความสม่ำเสมอของผลผลิตและโรงเชือดที่ได้มาตรฐานสำหรับไก่ลูกผสมพื้นเมืองอยู่ ประเทศเป้าหมายในการส่งออกที่สำคัญคือประเทศญี่ปุ่น ซึ่งมีความต้องการและกำลังซื้อโดยเฉลี่ยสูงกว่าประเทศอื่นๆ จากข้อมูลชี้ให้เห็นว่า ไก่พื้นเมือง ไก่ลูกผสมพื้นเมืองและไก่เนื้อ มีเป้าหมายการตลาดแตกต่างกันค่อนข้างชัดเจน ซึ่งสามารถใช้ประกอบในการพิจารณากำหนดนโยบาย และทิศทางการพัฒนาได้ถูกต้องมากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้จากการศึกษาของ สวัสดิ์ ธรรมบุตร และคณะ (2550) โอกาสและความเป็นไปได้ ของตลาดไก่พื้นเมือง ไว้ดังนี้คือ ไก่พื้นเมืองพันธุ์แท้ นับได้ว่าเป็นพันธุ์ไก่ที่ถูกจัดอันดับให้อยู่ในความนิยมของผู้บริโภคทั่วประเทศ รองลงมาคือเป็นไก่ลูกผสมที่พอเป็นพันธุ์พื้นเมือง แม้พันธุ์ทางชนิดต่างๆ และสุดท้ายเป็นไก่เนื้อ โตเร็ว ขนสีขาว ที่เลี้ยงเป็นการค้า และมีจำหน่ายทั่วไป โดยทั่วไปไก่พื้นเมืองที่จำหน่ายกันทุกวันนี้ ตลาดมีความต้องการตัวที่มีขนาด 1.5-2 กก. และผู้บริโภคนิยมซื้อไก่รุ่นหนุ่มสาว โดยเฉพาะไก่สาวอายุพร้อมจะไข่หรือเริ่มไข่ แต่มีจำหน่ายไม่แพร่หลาย ราคาแพง การตลาดไม่เป็นระบบ ขาดเทคโนโลยีการจัดการที่เหมาะสมมีผู้เลี้ยงเป็นเชิงธุรกิจค่อนข้างน้อย

ตลาดไก่พื้นเมืองเป็นตลาดท้องถิ่น ซื้อขายกันในหมู่บ้าน แล้วส่งไปขายตลาดใหญ่ในจังหวัดและกรุงเทพฯ และเป็นการบริโภคภายในประเทศซึ่งก็เป็นวิธีการที่ถูกเพราะเป็นการส่งเสริมให้มีการผลิตเองบริโภคเองและให้ประชาชนในชนบทได้มีอาหารประเภทโปรตีนพอเพียง

ดังนั้น แนวทางในการพัฒนาการผลิตไก่พื้นเมืองให้มีจำหน่ายสม่ำเสมอตลอดปี ควรมีการศึกษาด้านการตลาดไก่พื้นเมือง เพื่อเป็นสิ่งจูงใจให้เกษตรกรได้ผลิตอย่างต่อเนื่อง เป็นการเปลี่ยนระบบการผลิตจากฤดูกาลมาเป็นผลิตต่อเนื่องตลอดปี แม้ว่าจะผลิตไม่มากต่อครัวเรือน แต่ถ้าผลิตกันเป็นแสนๆ ครอบครัวยังจะทำให้ผลผลิตรวมสูง พอเพียงกับการที่จะทำธุรกิจ ดำเนินการตลาดได้อย่างต่อเนื่อง ทำให้ผู้บริโภคหาซื้อได้ง่าย ราคายุติธรรม แนวโน้มที่เป็นไปได้ในปัจจุบันคือ การเพิ่มผลผลิตไก่พื้นเมืองโดยการรวบรวมไก่พื้นเมืองส่งโรงเชือดไก่ที่อยู่ในปัจจุบันเพื่อ

ชำแหละตัดแต่งและบรรจุหีบห่อเป็นสินค้าที่มีขบวนการผลิตอย่างถูกต้องตามหลักอนามัยและเป็นสินค้ามีคุณภาพ เหมาะที่จะส่งไปขายในตลาดภายในประเทศและต่างประเทศ เช่นเดียวกับไก่พันธุ์เนื้อในปัจจุบัน เหตุผลที่เสนอให้มีการเปิดงานชำแหละไก่พื้นเมือง เนื่องจากการควบคุมปริมาณไก่ออกสู่ตลาดอย่างสม่ำเสมอ ในขณะที่เดียวกันเมื่อเกษตรกรขายไก่ใหญ่ออกไปแล้วก็จะสามารถนำไก่เล็กเข้ามาเลี้ยงทดแทน หรือไม่ก็จะทำให้ไก่เล็กและลูกไก่ที่มีอยู่เดิมได้มีโอกาสเจริญเติบโตขึ้นมา เป็นการผลิตต่อเนื่องตลอดปี ส่วนอีกประเด็นหนึ่ง คือ ผู้ผลิตส่วนใหญ่ 90% ไม่มีความชำนาญด้านการตลาด ดังนั้น จึงต้องอาศัยผู้ที่ฝีมือ ความชำนาญด้านการตลาดเข้ามาช่วยผลักดันอีกทางหนึ่ง ซึ่งผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเหล่านี้จะมีความชำนาญเป็นพิเศษสำหรับการฆ่า-ชำแหละ และบรรจุหีบห่อให้เหมาะสมกับความต้องการของตลาดทุกระดับชั้น ไม่ว่าจะเป็นตลาดภายในประเทศหรือต่างประเทศ ดังนั้น จึงเห็นว่าแนวโน้มในด้านนี้มีความเป็นไปได้สูงกว่า 80%

2.6 คุณภาพเนื้อของไก่พื้นเมืองและไก่พื้นเมืองลูกผสม

เกรียงไกร โชประการ และคณะ (2543) ได้กล่าวว่า ไก่พื้นเมืองเป็นสินค้าเกษตรเพียงไม่กี่ชนิดที่ไม่มีปัญหาด้านตลาด เพราะผู้บริโภคมีความต้องการสูงเนื่องจากรสชาติดี ตลาดไก่พื้นเมืองยังเปิดกว้างอยู่ ทั้งในระดับท้องถิ่นและในเมือง ทั้งนี้เป็นเพราะไก่พื้นเมืองมีเนื้อแน่น ไขมันน้อย เมื่อเปรียบเทียบกับไก่เนื้อ ประกอบกับไม่มีสารพิษตกค้าง

คุณภาพเนื้อของไก่พื้นเมืองและไก่พื้นเมืองลูกผสม โคม บัญจันทร์ (2551) กล่าวว่า เนื้อไก่พื้นเมืองลูกผสมมีลักษณะคล้ายไก่พื้นเมือง มีไขมันได้ผิวหนังน้อยกว่าไก่กระเทย

หากเปรียบเทียบคุณภาพเนื้อของไก่พื้นเมืองและไก่พื้นเมืองลูกผสมกับไก่เนื้อ คุณภาพเนื้อไก่พื้นเมืองและไก่ลูกผสมพื้นเมืองดีกว่าไก่เนื้อในแง่รสชาติและสุขภาพของผู้บริโภค เนื่องจากเนื้อมีความเหนียวนุ่ม เปอร์เซ็นต์โปรตีนและสัดส่วนระหว่างกรดไขมันไม่อิ่มตัวต่อกรดไขมันอิ่มตัวในเนื้อสูงแต่มีคอเลสเตอรอลต่ำกว่า ซึ่งเป็นผลดีต่อสุขภาพของผู้บริโภค (เกรียงไกร โชประการ , 2551)

นอกจากนี้แล้ว ไก่ซึ่งเป็นไก่พื้นเมืองไทย ที่ได้จากโครงการวิจัยการสร้างฝูงต้นพันธุ์ไก่พื้นเมืองของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัยร่วมมือกับกรมปศุสัตว์ ไก่ที่มีขนสีขาวล้วนจึงมีโอกาสสูงที่จะเป็นสายพ่อพันธุ์ในการผลิตไก่เนื้อในระดับอุตสาหกรรม (หนึ่งฤทัย พรหมวาที และคณะ, 2543)

2.7 แนวทางการส่งเสริมและพัฒนาไก่พื้นเมืองและไก่ลูกผสมพื้นเมือง

เกรียงไกร โชประการ และคณะ (2543) ได้เสนอแนวทางการพัฒนาไก่พื้นเมืองและไก่ลูกผสมพื้นเมือง ไว้ดังนี้

1) รัฐควรสนับสนุนงบประมาณและให้ความสำคัญในการติดตามและประเมินผลโครงการอย่างเต็มที่ ในระหว่างดำเนินการและโดยเฉพาะอย่างยิ่งหลังสิ้นสุดโครงการ ทั้งนี้จะได้ทราบว่า

ปัจจัยอะไรบ้างที่มีผลต่อการยอมรับของเกษตรกร เพื่อที่จะได้นำข้อมูลเหล่านี้มาเผยแพร่และใช้ประกอบการตัดสินใจสำหรับกำหนดเชิงนโยบายต่อไป

2) รูปแบบของการพัฒนาควรเน้นให้เกษตรกรพึ่งตนเอง มากกว่าการแจกพันธุ์ไก่ หรือวัคซีนและอุปกรณ์สำหรับให้วัคซีน การพัฒนาควรผ่านองค์กรในระดับท้องถิ่น เช่น องค์กรบริหารส่วนตำบลและหรือระบบโรงเรียน ในระบบโรงเรียนควรให้ความรู้แก่นักเรียนมิใช่ให้ครูเลี้ยงไก่ในโรงเรียน

3) โครงการหมู่บ้านปลอดโรคไก่ซึ่งดำเนินการโดยกรมปศุสัตว์นั้น เป็นโครงการที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่ง น่าจะได้รับการสนับสนุนต่อไป

4) ควรมีการประชาสัมพันธ์คุณสมบัติที่ดี โดยเฉพาะคุณภาพซากของไก่พื้นเมืองให้สูงขึ้น

5) เผยแพร่องค์ความรู้ที่มีอยู่ในปัจจุบัน ซึ่งไม่กระทบต่อระบบการผลิตของเกษตรกรได้แก่ 1) เล้าหรือคอกไก่และอุปกรณ์ที่ควรมีสำหรับไก่พื้นเมือง 2) วิธีการคัดเลือกและปรับปรุงพันธุ์ 3) วิธีการเพิ่มจำนวนไข่ โดยลดเวลาการเลี้ยงลูกของแม่ไก่ให้น้อยลง 4) การใช้สมุนไพรบางชนิดเพื่อป้องกัน และกำจัดพยาธิภายนอกและภายใน 5) วิธีเพิ่มอัตราการฟักออกในฤดูแล้ง

โดยเน้นบทบาทของรัฐและเอกชน ดังนี้

1) รัฐควรมีบทบาทในการพัฒนาไก่พื้นเมืองมากกว่าไก่ลูกผสม โดย 1) สนับสนุนงบประมาณเพื่อศึกษาวิจัย ทั้งงานวิจัยพื้นฐาน (Basic research) และงานวิจัยประยุกต์ (Applied research) 2) จัดตั้งศูนย์รวบรวมพันธุ์กรรมที่ดีของไก่พื้นเมือง เพื่อใช้ในการปรับปรุงพันธุ์ไก่พื้นเมืองและไก่ลูกผสมพื้นเมืองในอนาคต 3) สนับสนุนอย่างจริงจังในการจดทะเบียนพันธุ์ไก่พื้นเมืองซึ่งเป็นเป้าหมายหลักของสมาคมอนุรักษ์ไก่พื้นเมือง 4) อำนวยความสะดวก และสนับสนุนภาคเอกชนในการผลิตไก่ลูกผสมเพื่อการส่งออก

2) ภาคเอกชน ควร 1) สนับสนุนงบประมาณในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับไก่ลูกผสมพื้นเมือง 2) สนับสนุนในการจัดตั้งตลาดชุมชนสำหรับไก่พื้นเมือง

แนวทางการอนุรักษ์ไก่พื้นเมืองและการใช้ประโยชน์อย่างยั่งยืน สวัสดิ์ ธรรมบุตร และคณะ (2550) ไว้ดังนี้คือ

การอนุรักษ์ไก่พื้นเมืองโดยเกษตรกรรายย่อย เป็นการสนับสนุนส่งเสริมให้เกษตรกรเลี้ยงไก่ต่อครัวเรือนมากขึ้น และเป็นผู้ได้ประโยชน์จากไก่โดยตรง ดังนั้น จึงขึ้นอยู่กับเราจะหาวิธีการแบ่งปันผลประโยชน์ เพิ่มรายได้ให้เกษตรกรได้อย่างมีประสิทธิภาพและเหมาะสมได้อย่างไร วิธีหนึ่งที่คาดว่าจะได้ผล ก็คือการสนับสนุนส่งเสริมให้มีการจัดตั้งตลาดกลางไก่พื้นเมืองขึ้นทุกอำเภอหรือทุกตำบล ละ 1 แห่ง เพื่อเป็นแหล่งซื้อขายแลกเปลี่ยนพันธุ์ กัดพันธุ์ ทดสอบพันธุ์ เผยแพร่แลกเปลี่ยนความรู้ข่าวสารทั้งทางด้านวิชาการและข้อมูลด้านการตลาด ตลอดจนเป็นแหล่งจำหน่าย

สินค้าเกษตรที่เกี่ยวข้อง จะเป็นการนำผลผลิตจากการอนุรักษ์ไถไปใช้ประโยชน์ในด้านเศรษฐกิจเพิ่มรายได้ให้เกษตรกรผู้อนุรักษ์และพัฒนาโดยตรง คาดว่าในแต่ละปีจะมีไถพื้นเมืองออกมาสู่ตลาดมากกว่าปีละ 60 ล้านตัว เป็นมูลค่าประมาณ 5,000 ล้านบาท และจะเพิ่มขึ้นทุกปี เนื่องจากว่าไถพื้นเมืองถ้าหากมีการควบคุมจำนวนไถเล็ก ไถใหญ่ ไถสาวในแต่ละฟาร์มหรือครอบครัวของเกษตรกรรายย่อยให้เหมาะสมแล้ว มีการจับขาย หรือบริโภคในครัวเรือน จะทำให้เกษตรกรได้ประโยชน์สูงสุด คือ แม้จะมีพ่อแม่ไถจำนวนคงที่ แต่ถ้าจับขายหรือกินตัวที่โตเต็มที่แต่ไม่ใช่แค่เต็มที่ จะทำให้ลูกไถรุ่นถัดมาและลูกไถเล็กสามารถเติบโตขึ้นมาทดแทน เนื่องจากมีอาหารสมดุลกับปริมาณไถ ทั้งนี้ เพราะเกษตรกรจะไม่ลงทุนซื้ออาหารที่เลี้ยงไถเนื้อ หรือไถไข่ แต่จะให้เป็นเวลาอาจจะเช้าหรือเย็น นอกนั้นก็หากินเองตามธรรมชาติ เช่น ผัก หญ้า เมล็ดธัญพืชต่างๆ แมลง ซึ่งก็จะถูกจำกัดด้วยพื้นที่ที่รอบบริเวณบ้าน ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนประชากรไถต่อครอบครัวต่อเดือนจะเป็นสัดส่วนโดยตรงกับจำนวนไถที่ขาย กินหรือตาย

การเพิ่มมูลค่าของไถพื้นเมือง เป็นวิธีแบ่งปันผลประโยชน์ให้เกษตรกรได้อีกวิธีหนึ่ง เช่น ไถแจ้พื้นเมืองขนสีทอง ดำ หรือสีประคูดุ เป็นต้น เป็นไถสวยงามราคาแพง หรือไม่กี่สายพันธุ์ไถขนกี้ดี เพราะถ้าขนเก่ง สายเลือดขนเก่ง ก็สามารถขายได้ราคา อีกประการหนึ่ง ไถขนเป็นไถสายเลือดค่อนข้างบริสุทธิ์ และเป็นไถที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมไทยมานับร้อยๆ ปี นอกจากนี้ยังเป็นไถที่แข็งแรง ไม่เจ็บโรค กล้ามเนื้อใหญ่ ไซดก ลูกดก ฝึกไข่ได้เอง และเมื่อนำมาประกอบอาหารมีรสชาติดี ดังนั้น การเลือกพันธุ์ที่อนุรักษ์ก็สามารถเพิ่มมูลค่าของไถสายพันธุ์นั้นๆ ได้ อย่างไรก็ดี ไถพันธุ์พื้นเมืองที่มีอยู่ทั่วไปทุกวันนี้ คาดว่า 80-90% เป็นไถที่เป็นสายพันธุ์ไถขนกี้ดีได้จากแม่ไถประมาณ 90% จะมีขนสีดำ ตัวผู้จะเป็นไถขนเหลืองหางขาว หรือประคูดุหางดำ

วิจัยและพัฒนาการเลี้ยงไถพื้นเมือง ผสมผสานกับการปลูกพืชและการเกษตรอื่นๆ แบบผสมผสานในรูปแบบระบบการทำฟาร์มที่มีไถพื้นเมืองเป็นองค์ประกอบหนึ่งของระบบ เช่น มีการปลูกพืชอาหารสัตว์เลี้ยงไถควบคู่กันไป トラบไถที่เกษตรกรมีอาหารให้ไถกินก็จะเจริญและแพร่พันธุ์อย่างรวดเร็ว การเลี้ยงไถพื้นเมืองร่วมกับการปลูกพืชอื่นๆ เช่น การปลูกข้าว ข้าวโพด ข้าวฟ่าง และถั่วชนิดต่างๆ จะเป็นทางเลือกให้เกษตรกรรายย่อยที่ไม่มีที่ทำกินมากนักหรือไม่เพียงพอที่จะเลี้ยงสัตว์ใหญ่ มีรายงานไว้ว่า การเลี้ยงไถเป็นองค์ประกอบหนึ่งของกิจกรรมการเกษตร สามารถทำให้อยู่ได้สูงกว่าเลี้ยงโค-กระบือ ในบางพื้นที่ โดยเฉพาะเกษตรกรรายย่อยที่ไม่มีที่ทำกินหรือเช่าที่

การวิจัยและพัฒนาส่วนหนึ่งเน้นไปทางอุตสาหกรรม เป็นการนำพันธุ์ไถพื้นเมืองแท้ไปผสมกับไถพันธุ์อื่นๆ เพื่อเป็นลูกผสมพื้นเมืองโตเร็ว รสชาติดี เช่นเดียวกับไถพื้นเมือง แต่ผลิตได้ปริมาณมากเชิงอุตสาหกรรม ด้วยต้นทุนที่ต่ำ เหมาะที่จะเลี้ยงเป็นอุตสาหกรรม เพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคและต่างประเทศ

สนับสนุนส่งเสริมให้มีการจัดตั้งสมาคมชมรม เพื่อประสานงานการอนุรักษ์และพัฒนา เผยแพร่ข่าวสารตลอดจนจดทะเบียนและรับรองพันธุ์ให้เกษตรกรผู้ซึ่งพัฒนาไถของตนเองได้

คุณสมบัติตามที่ตลาดต้องการ เช่น ชนเก่ง หรือมีลักษณะพิเศษไปจากของคนอื่น ก็สามารถจดทะเบียนรับรองพันธุ์ได้ เพื่อประโยชน์ต่อการซื้อขายของเกษตรกรและผู้บริโภค

ส่งเสริมให้หน่วยราชการ เอกชน ชมรม สมาคม ได้ทำการศึกษาวิจัยด้านพันธุกรรมว่า ไก่พื้นเมืองเป็นแหล่งพันธุกรรมมีอะไรบ้าง เช่น มี Gene ที่ต้านทานโรคอะไร อยู่ที่ใดในโครโมโซม สามารถแยกหรือตัดต่อแต่งเติมเข้าไปในโครโมโซมของสัตว์สายพันธุ์อื่นได้หรือไม่ เป็นการศึกษาหาความหลากหลายในด้านวิทยาศาสตร์ ซึ่งต่อไปในอนาคตอาจจะสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยได้

บทที่ 3

วิธีการศึกษา

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการศึกษาทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ (Quantitative and Qualitative) โดยใช้ข้อมูลเชิงปริมาณช่วยสนับสนุนข้อมูลเชิงคุณภาพ อันได้แก่ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ยร้อยละ และการแจกแจงแบบหลายทาง ข้อมูลทฤษฎีภูมิ และข้อมูลปฐมภูมิ การสัมภาษณ์กลุ่มและการใช้แบบสอบถามสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมและเป็นการยืนยันความถูกต้องของข้อมูล กระบวนการและวิธีการศึกษามีดังต่อไปนี้

3.1 การเลือกพื้นที่ศึกษา

การเลือกพื้นที่ศึกษาใน 2 ลักษณะตามวัตถุประสงค์คือ 1) ตลาดไถ่อย่างที่มีชื่อเสียงในจังหวัดขอนแก่น ซึ่งตั้งอยู่ในพื้นที่ 2 อำเภอ กล่าวคือ ไถ่อย่างเขาสวนกวาง อำเภอเขาสวนกวาง และไถ่อย่างภูเวียง อำเภอหนองเรือ จังหวัดขอนแก่น และ 2) ตลาดไถ่พื้นเมืองในอำเภอเมือง อำเภอเขาสวนกวาง อำเภอหนองเรือ และอำเภอภูเวียง จังหวัดขอนแก่น

3.2 การเตรียมงานศึกษาภาคสนาม

วิธีการศึกษาภาคสนามครั้งนี้ประกอบด้วย 1) การสัมภาษณ์กลุ่มโดยใช้หลักการการสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง หรือ Semi-structured interview (สุจินต์ และสุเกศินี, 2530) โดยการเลือกสัมภาษณ์กลุ่มผู้จำหน่ายไถ่อย่าง และ 2) การใช้แบบสอบถาม (Questionnaire)) และประเด็นคำถามกึ่งโครงสร้าง (semi structure interview) จำนวน 4 ชุดคือ แบบสอบถามผู้รวบรวมไถ่พื้นเมืองหรือลูกผสมพื้นเมือง แบบสอบถามผู้จำหน่ายไถ่ชำแหละ แบบสอบถามผู้จำหน่ายไถ่อย่าง และแบบสอบถามผู้บริโภคไถ่ (รายละเอียดของแบบสอบถามอยู่ในภาคผนวก) โดยการสัมภาษณ์ผู้รวบรวมไถ่ ผู้จำหน่ายไถ่ชำแหละ และผู้จำหน่ายไถ่อย่างทุกรายในพื้นที่ศึกษา สำหรับผู้บริโภคไถ่อย่างใช้วิธีการสุ่มสัมภาษณ์ที่ร้านจำหน่ายไถ่อย่างทั้งที่อำเภอภูเวียงและอำเภอเขาสวนกวาง เพื่อให้การใช้วิธีการและเครื่องมือมีประสิทธิภาพจึงมีการเตรียมงานดังนี้

การสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย นักวิจัยประชุมเพื่อสร้างกรอบประเด็นคำถามที่ใช้สัมภาษณ์นำไปทำการทดสอบในภาคสนามเพื่อปรับกรอบประเด็นให้เหมาะสม สำหรับแบบสอบถามรายบุคคลหรือร้านค้า ได้ออกแบบสอบถามตามกรอบงานวิจัย เพื่อให้ทราบความต้องการของตลาดไถ่อย่าง และไถ่พื้นเมืองหรือลูกผสมพื้นเมืองในระดับชุมชนและห่วงโซ่อุปทานในระดับจังหวัดขอนแก่น พร้อมนำแบบสอบถามดังกล่าวไปทดสอบในภาคสนาม เพื่อหาข้อบกพร่อง ความยากง่าย

ในการใช้คำถาม แล้วนำข้อมูลที่ได้มาปรับแบบสอบถามก่อนที่จะลงเก็บข้อมูลจริงในพื้นที่ตัวแทนที่ได้ดำเนินการคัดเลือกไว้

3.3 การศึกษาในภาคสนาม

การสัมภาษณ์ผู้รวบรวมไก่อ ผู้จำหน่ายไก่อชำแหละ และผู้จำหน่ายไก่อ่างทุกรายที่จำหน่ายไก่อ่าง ภูเวียงและไก่อ่างเขาสวนกวาง ในพื้นที่อำเภอหนองเรือ อำเภอเขาสวนกวาง และอำเภอเมือง การสัมภาษณ์ในช่วงวันที่ 15 กันยายน- 20 ธันวาคม 2551 รวมผู้ถูกสัมภาษณ์รวมทั้งสิ้น 376 ราย และประชุมกลุ่มผู้จำหน่ายไก่อ่าง ในพื้นที่ศึกษาอำเภอหนองเรือ และอำเภอเขาสวนกวาง ในวันที่ 17 และ 18 ธันวาคม 2551 จำนวน 2 ครั้ง มีตัวแทนผู้จำหน่ายไก่อ่างเข้าร่วมประชุมจำนวน 45 คน

การสัมภาษณ์ผู้รวบรวมไก่อพื้นเมืองและลูกผสมพื้นเมือง ผู้จำหน่ายไก่อสดชำแหละ ผู้จำหน่ายไก่อสดทุกรายใน 4 อำเภอ กล่าวคือ อำเภอเมืองขอนแก่น อำเภอเขาสวนกวาง อำเภอหนองเรือ และอำเภอภูเวียง ดำเนินการสัมภาษณ์ในช่วงวันที่ 15 กันยายน- 30 ธันวาคม 2551 รวมผู้ถูกสัมภาษณ์ทั้งสิ้นจำนวน 26 ราย

ผู้ถูกสัมภาษณ์ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไก่อพื้นเมือง/ลูกผสมพื้นเมืองและธุรกิจไก่อ่างในเขตอำเภอเมือง จำนวน 32 ราย อำเภอหนองเรือ จำนวน 4 ราย อำเภอภูเวียง จำนวน 4 ราย และอำเภอเขาสวนกวาง จำนวน 4 ราย รายละเอียดดังตารางที่ 3.1

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลจากการประชุมกลุ่มผู้จำหน่ายไก่อ่าง นำมาวิเคราะห์เชิงคุณภาพและข้อมูลจากแบบสอบถามผู้รวบรวมไก่อพื้นเมืองหรือลูกผสมพื้นเมือง แบบสอบถามผู้จำหน่ายไก่อชำแหละ แบบสอบถามผู้จำหน่ายไก่อ่าง และแบบสอบถามผู้บริโภคไก่อ ถูกนำมาวิเคราะห์เชิงปริมาณโดยใช้โปรแกรมวิเคราะห์สำเร็จรูป IIRI STAT ข้อมูลที่ได้ทั้งข้อมูลเชิงปริมาณและคุณภาพถูกนำมาวิเคราะห์ร่วมกันเพื่อหาข้อสรุป

3.5 สรุปขั้นตอนการศึกษา

การเก็บข้อมูลของโครงการฯ ประกอบด้วยขั้นตอนการศึกษา 5 ขั้นตอน คือ

- 1) สำรวจตลาดไก่อ่างภูเวียง อำเภอหนองเรือ ตลาดไก่อ่างเขาสวนกวาง อำเภอเขาสวนกวาง และอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น
- 2) สำรวจตลาดไก่อพื้นเมือง/ลูกผสมพื้นเมืองในอำเภอเมือง อำเภอหนองเรือ อำเภอภูเวียง และอำเภอเขาสวนกวาง จังหวัดขอนแก่น
- 3) การพัฒนาเครื่องมือเก็บข้อมูลในภาคสนาม และทดสอบเครื่องมือ
- 4) การจัดประชุมกลุ่มผู้จำหน่ายไก่อ่างภูเวียง และ ไก่อ่างเขาสวนกวาง

5 การเก็บข้อมูลรายบุคคล/ร้านค้าโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งแสดงไว้ในภาคผนวก

6) การวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการประชุมกลุ่ม และการสอบถามรายครัวเรือน

การดำเนินศึกษาของโครงการฯ สรุปได้ตามกรอบการเก็บข้อมูล (framework for data collection) ดังแสดงในรูปที่ 1

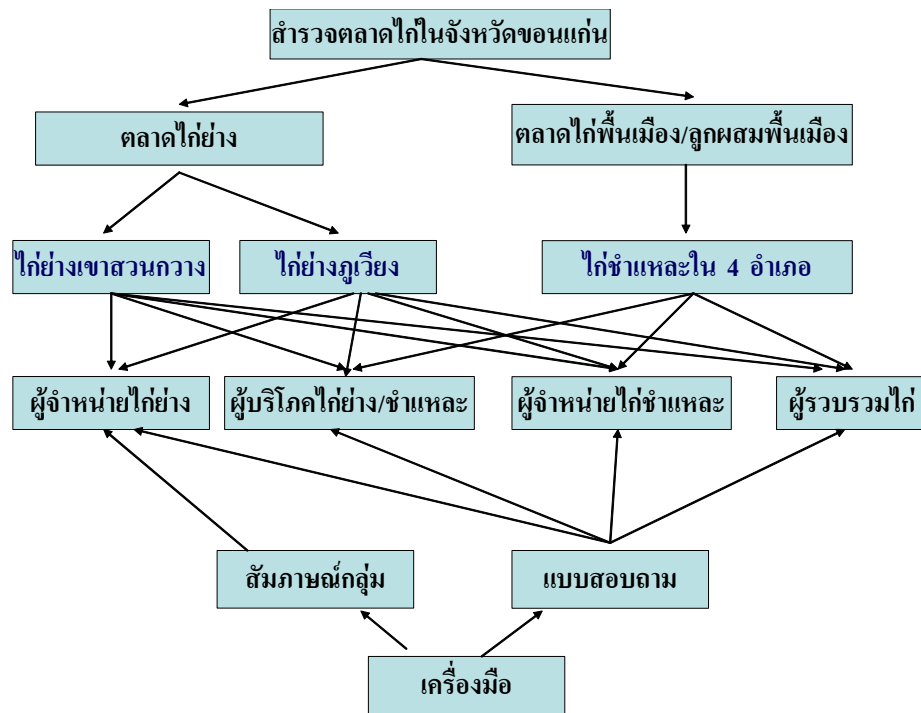
ตารางที่ 3.1 จำนวนผู้ถูกสัมภาษณ์จำแนกตามชนิดแบบสัมภาษณ์ และพื้นที่ศึกษาในจังหวัดขอนแก่น

แบบสัมภาษณ์	จำนวนผู้ถูกสัมภาษณ์ (ราย)						
	ไถ่พื้นเมือง ¹				ไถ่ย่าง ²		รวม
	อ.เมือง	อำเภอหนองเรือ	อำเภอภูเวียง	อำเภอเขาสวนกวาง	อ.หนองเรือ	อ.เขาสวนกวาง	
ผู้รวบรวมไถ่มีชีวิต	12*	2*	2*	2*	4*	2	24
ผู้จำหน่ายไถ่ชำแหละ	20	2	2	2	-	-	26
ร้านไถ่ย่าง	-				37	68	105
ผู้บริโภค	-				96	173	269
รวม	32	4	4	4	137	243	424
ประชุมกลุ่ม	-				20	25	45

หมายเหตุ 1. อำเภอเมืองขอนแก่น ผู้รวบรวมไถ่มีชีวิต และผู้จำหน่ายไถ่สดชำแหละเป็นบุคคลเดียวกันจำนวน 12 ราย

ส่วนอำเภออื่นๆ ผู้รวบรวมไถ่มีชีวิต และผู้จำหน่ายไถ่สดชำแหละเป็นบุคคลเดียวกัน

2. รวบรวมไถ่มีชีวิต และผู้ชำแหละไถ่ชีให้ร้านจำหน่ายไถ่ย่าง เป็นบุคคลเดียวกัน



รูปที่ 1 กรอบการเก็บข้อมูล (Framework for data collection)

บทที่ 4

ตลาดไถ่พื้นเมืองและลูกผสมพื้นเมือง

4.1 ความเป็นมา

ไถ่พื้นเมืองมีจำหน่ายในตลาดสดในอำเภอต่างๆ ของจังหวัดขอนแก่นมานานกว่า 30 ปี แต่นับว่าเป็นธุรกิจไถ่พื้นเมืองในช่วงประมาณ 20 ปีหลัง นับแต่ปี พ.ศ. 2530 เป็นต้นมา โดยเกษตรกรที่อยู่ในหมู่บ้านหรือตำบลรอบนอกเขตเทศบาลนำไถ่มีชีวิตมาจำหน่ายเองและจำหน่ายให้ผู้รวบรวมไถ่และชำแหละไถ่ในตลาดสด อีกทั้งมีผู้รวบรวมไถ่บางรายออกไปรวบรวมไถ่ตามหมู่บ้านต่างๆ ด้วยตนเอง ในอดีตไถ่พื้นเมืองที่นำมาจำหน่ายใน 2 รูปแบบคือ จำหน่ายทั้งไถ่มีชีวิตและไถ่ที่ชำแหละแล้ว แต่ส่วนใหญ่จำหน่ายไถ่ชำแหละมากกว่าไถ่มีชีวิต ต่อมาในช่วงประมาณปี พ.ศ. 2535 มีพ่อค้ารวบรวมไถ่และชำแหละไถ่ นำไถ่ลูกผสมพื้นเมืองเข้ามาจำหน่าย โดยเริ่มแรกรับจากเอกพล ฟาร์ม อำเภอชุมแพ แต่ภายหลังจากการระบาดของไข้หวัดนกในปี พ.ศ. 2547 การจำหน่ายไถ่พื้นเมืองและลูกผสมพื้นเมืองเหลือเพียงรูปแบบเดียวคือ ไถ่ชำแหละ ไม่ปรากฏการจำหน่ายไถ่มีชีวิตให้เห็นในตลาดสดอีกเลย ผู้รวบรวมไถ่พื้นเมืองและลูกผสมพื้นเมืองมีทั้งการออกไปรวบรวมไถ่ตามหมู่บ้าน มีผู้รวบรวมในท้องถิ่นรวบรวมไถ่มาให้อีกต่อหนึ่งและฟาร์มเอกชนจัดส่งมาให้เป็นทั้งไถ่มีชีวิตและไถ่ชำแหละแล้ว

4.2 ห่วงโซ่อุปทานไถ่พื้นเมืองและลูกผสมพื้นเมืองในตลาดไถ่สด

ห่วงโซ่อุปทานของตลาดไถ่พื้นเมืองและลูกผสมพื้นเมืองในจังหวัดขอนแก่นมีกลุ่มเกี่ยวข้องด้วยกัน 5 กลุ่มคือ ผู้เลี้ยงไถ่ ผู้รวบรวมไถ่ ผู้ชำแหละไถ่ ผู้จำหน่ายไถ่ และผู้บริโภคไถ่ ดังตารางที่ 4.1 ห่วงโซ่อุปทานของตลาดไถ่สดพื้นเมืองในอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ที่มีทั้งไถ่พื้นเมืองและไถ่ลูกผสมพื้นเมือง โดยร้อยละ 72.73 เป็นไถ่พื้นเมือง ที่เหลือร้อยละ 27.27 เป็นไถ่ลูกผสมพื้นเมือง สำหรับห่วงโซ่อุปทานของตลาดไถ่สดพื้นเมืองในอำเภอหนองเรือ อำเภอเขาสวน กวาง อำเภอภูเวียง เป็นไถ่พื้นเมืองทั้งหมด (100 เปอร์เซ็นต์)

4.3 แหล่งผลิตไถ่พื้นเมืองและลูกผสมพื้นเมือง

ไถ่พื้นเมืองและลูกผสมพื้นเมืองที่จำหน่ายในจังหวัดขอนแก่น มาจากแหล่งผลิตที่แตกต่างกัน ไถ่พื้นเมืองทั้งหมดมาจากเกษตรกรรายย่อยที่เลี้ยงไว้บริโภคในครัวเรือน โดยมีแหล่งผลิตในหมู่บ้านต่างๆ รอบอำเภอที่จำหน่าย อำเภอรอบนอกในจังหวัดขอนแก่น และจังหวัดใกล้เคียง ส่วนไถ่ลูกผสมพื้นเมืองทั้งหมด แหล่งผลิตจากฟาร์มเอกชน รายละเอียดดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.1 ห่วงโซ่อุปทานไก่พื้นเมืองและลูกผสมพื้นเมืองในจังหวัดขอนแก่น

ผู้ผลิตไก่	ผู้รวบรวมไก่	ผู้ชำแหละไก่	ผู้จำหน่ายไก่	ผู้บริโภคไก่
เกษตรกรรายย่อย ฟาร์มเอกชน	ระดับหมู่บ้าน ในตลาดสด	ผู้ชำแหละไก่ ผู้จำหน่ายไก่	ผู้จำหน่ายไก่ ร้านอาหาร ร้านจำหน่ายไก่ย่าง (ต้มยำไก่)	ระดับครัวเรือน

ตารางที่ 4.2 แหล่งผลิตไก่พื้นเมืองและลูกผสมพื้นเมืองให้ผู้รวบรวมและชำแหละไก่
จังหวัดขอนแก่น

แหล่งผลิตไก่พื้นเมือง	แหล่งผลิตไก่ลูกผสมพื้นเมือง
บ้านคอนหัน หมู่บ้านรายรอบเขื่อนอุบลรัตน์ จังหวัดขอนแก่น	เอกพลฟาร์ม จ. ขอนแก่น
บ้านท่าหินและหมู่บ้านใกล้เคียง อ.เมือง จ.ขอนแก่น	อีสานฟาร์ม จ.ร้อยเอ็ด
หมู่บ้านหนองโจด บ้านเป็ด บ้านคำไฮ และหมู่บ้านใกล้เคียง อำเภอเมือง จ.ขอนแก่น	ตะนาวศรีฟาร์ม จ.นครราชสีมา
บ้านหนองรักษา บ้านศิลา ต.ศิลา อ.เมือง จ.ขอนแก่น	
บ้านแจ้ง, บ้านเสือเต่า และหมู่บ้านใกล้เคียงกัน จ.มหาสารคาม	
หมู่บ้านในเขต อ.เขียงฮิน และ อ.เมือง จ.มหาสารคาม	

4.4 ผู้รวบรวมไก่และชำแหละไก่

ในห่วงโซ่อุปทานไก่พื้นเมือง ผู้รวบรวมไก่อมีอยู่ด้วยกัน 2 แบบคือ แบบแรก ผู้รวบรวมรวบรวมไก่จากหมู่บ้านให้แก่ผู้รวบรวมในตลาดสด โดยนำไก่ที่รวบรวมได้มาส่งให้ที่บ้านของผู้รวบรวมไก่ ซึ่งผู้รวบรวมไกดังกล่าวจะเป็นทั้งผู้ชำแหละไก่และจำหน่ายให้ผู้บริโภค และแบบที่สอง ผู้รวบรวมไกดังกล่าวเป็นผู้ออกไปรวบรวมไก่ในหมู่บ้านด้วยตนเอง นำมาชำแหละและจำหน่ายให้ผู้บริโภค

ผู้รวบรวมไก่พื้นเมืองและลูกผสมพื้นเมืองใน 4 อำเภอที่ทำการศึกษาคือ อำเภอเมือง อำเภอเขาสมทวง อำเภอหนองเรือ และอำเภอภูเวียง มีทั้งหมด 18 ราย แบ่งเป็นผู้รวบรวมในอำเภอเมืองจำนวน 12 ราย อีก 3 อำเภอที่เหลือ มีผู้รวบรวมไก่อำเภอละ 2 ราย ดังตารางที่ 4.3

ผู้รวบรวมไก่พื้นเมืองและลูกผสมพื้นเมือง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 83.33) เป็นเพศชาย (ร้อยละ 16.67) ทั้งหมดมีวุฒิการศึกษาต่ำกว่ามัธยมปลาย (ตารางผนวกที่ 4.1 และ 4.3)

ประสบการณ์ในการประกอบอาชีพรวบรวมไก่และชำแหละไก่ทั้งหมดเฉลี่ย 8.33 ปี (3-20 ปี) มีอาชีพการรวบรวมและชำแหละไก่เป็นอาชีพหลัก คิดเป็นร้อยละ 41.67 และเป็นอาชีพเสริม คิดเป็นร้อยละ 58.33 (ตารางผนวกที่ 4.5)

ตารางที่ 4.3 ผู้รวบรวมไก่อพื้นที่เมืองและลูกผสมพื้นเมืองใน 4 อำเภอของจังหวัดขอนแก่น

จังหวัดขอนแก่น	ผู้รวบรวมไก่	ผู้ชำแหละไก่	ผู้จำหน่ายไก่
อำเภอเมือง	12	12	20
อำเภอเขาสวนกวาง	2	2	2
อำเภอหนองเรือ	3	2	2
อำเภอภูเวียง	2	2	2
รวม (คน)	19	18	26

การรวบรวมไก่ใน 4 อำเภอ มีผู้รวบรวมไก่จำนวน 19 ราย ผู้รวบรวมไก่ 17 ราย ทำการรวบรวมเฉพาะไก่อพื้นที่เมืองเท่านั้น โดยออกไปรวบรวมไก่อเองและรับซื้อจากเกษตรกรที่รวบรวมมาให้ ผู้รวบรวมที่เหลืออีก 2 รายซึ่งจำหน่ายไก่ในตลาดสด อำเภอเมือง จะรวบรวมไก่อพื้นที่เมืองเฉพาะมีเกษตรกรมาส่งให้เท่านั้น (ไก่อพื้นที่เมือง คิดเป็นร้อยละ 13.33)

ปริมาณไก่อพื้นที่เมืองที่รวบรวมได้จาก 4 อำเภอ มีจำนวนทั้งสิ้น 1,960 ตัว ต่อสัปดาห์ หรือ 7,840 ตัวต่อเดือน ไก่อพื้นที่เมืองที่รวบรวมได้ในอำเภอเมืองมีจำนวน 1,710 ตัวต่อสัปดาห์ ซึ่งมีปริมาณมากกว่าอำเภอหนองเรือ อำเภอภูเวียง และเขาสวนกวางตามลำดับ ดังตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 ปริมาณไก่ที่รวบรวมได้ในแต่ละสัปดาห์ ใน 4 อำเภอของจังหวัดขอนแก่น

จ.ขอนแก่น	จำนวนไก่ที่รวบรวมต่อสัปดาห์(ตัว)	น้ำหนักไก่เฉลี่ย(กก.)
อ.เมืองขอนแก่น	1,710	1.43
อ.หนองเรือ	140	1.50
อ.ภูเวียง	90	1.50
อ.เขาสวนกวาง	20	1.50
รวม (ตัว)	1,960	1.48

ปริมาณไก่ที่รวบรวมในช่วงเทศกาลปีใหม่และเทศกาลตรุษจีน เทศกาลสงกรานต์ ช่วงปลายฝน/เก็บเกี่ยวข้าว และช่วงต้นฝน/ก่อนทำนา มีมากกว่าในช่วงปกติกล่าวคือ ในช่วงเทศกาลปีใหม่มียังมีปริมาณไก่ที่รวบรวมเพิ่มขึ้น 1.71 เท่าเมื่อเทียบกับช่วงเวลาปกติ ช่วงเทศกาลตรุษจีนมีปริมาณไก่ที่รวบรวมเพิ่มขึ้น 3.21 เท่าเมื่อเทียบกับช่วงเวลาปกติ ช่วงเทศกาลสงกรานต์มีปริมาณไก่ที่รวบรวมเพิ่มขึ้น 1.74 เท่าเมื่อเทียบกับช่วงเวลาปกติ ช่วงปลายฝน/เก็บเกี่ยวข้าวมีปริมาณไก่ที่

รวบรวมไก่เพิ่มขึ้น 2.13 เท่า และช่วงต้นฝน/ก่อนทำนามีปริมาณไก่ที่รวบรวมไก่เพิ่มขึ้น 2.66 เท่า (ตารางผนวกที่ 4.7)

ผู้รวบรวมไก่พื้นเมืองมีชีวิตทั้งหมดเป็นทั้งผู้รวบรวมไก่และผู้ชำแหละไก่ รับซื้อไก่พันธุ์พื้นเมืองและพื้นเมืองลูกผสมในราคาใกล้เคียงกัน และราคาไก่ชำแหละทั้งไก่พันธุ์พื้นเมืองและพื้นเมืองลูกผสมก็มีราคาใกล้เคียงกันเช่นกัน กล่าวคือ ไก่พันธุ์พื้นเมือง ผู้รวบรวมรับซื้อไก่มีชีวิตในราคา กิโลกรัมละ 63.50 บาท ขายไก่พันธุ์พื้นเมืองชำแหละในราคา กิโลกรัมละ 87.92 บาท ส่วนไก่ลูกผสมพื้นเมือง รับซื้อไก่มีชีวิตราคา กิโลกรัมละ 63.67 บาท และจำหน่ายไก่ลูกผสมพื้นเมืองชำแหละในราคา กิโลกรัมละ 86.67 บาท

4.5 ผู้จำหน่ายไก่ชำแหละ

ผู้จำหน่ายไก่ชำแหละใน 4 อำเภอของจังหวัดขอนแก่น มีจำนวนทั้งสิ้น 26 คน ในจำนวนนี้มี 20 คนที่เป็นทั้งผู้รวบรวมไก่ ชำแหละไก่ และผู้จำหน่ายไก่ชำแหละ โดยที่ผู้จำหน่ายไก่ชำแหละส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 75 ของจำนวนผู้จำหน่ายไก่ ที่เหลือเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 25 ของผู้จำหน่ายไก่ (ตารางผนวกที่ 4.8)

ผู้จำหน่ายไก่ชำแหละร้อยละ 45 มีอายุในช่วง 40-49 ปี รองมาร้อยละ 25, 15, 10, และ 5 อยู่ในช่วงอายุ 30-39 ปี ช่วงอายุ 50-59 ปี ช่วงอายุ 20-29 ปี และช่วงอายุ 60 ปี ขึ้นไป ตามลำดับระดับการศึกษา ผู้จำหน่ายไก่ชำแหละร้อยละ 95 มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมปลาย และร้อยละ 5 มีการศึกษาระดับมัธยมปลาย/ปวช. (ตารางผนวกที่ 4.9 และ 4.10)

ประสบการณ์ในการประกอบอาชีพจำหน่ายไก่พื้นเมืองชำแหละประมาณ 11.27 ปี (3-20 ปี) ร้อยละ 65 จำหน่ายไก่เป็นอาชีพหลัก และที่เหลือร้อยละ 35 ประกอบเป็นอาชีพเสริม (ตารางผนวกที่ 4.12)

ไก่ชำแหละที่จำหน่ายในตลาดสด 4 อำเภอจังหวัดขอนแก่นกล่าวคือ อำเภอเมือง อำเภอเขาสมถาว อำเภอหนองเรือ และอำเภอภูเวียง มีปริมาณรวมจำนวน 2,710 ตัวต่อสัปดาห์ มูลค่าการจำหน่าย 417,638 บาทต่อสัปดาห์ น้ำหนักไก่เฉลี่ย 1.48 กิโลกรัมต่อตัว ราคาไก่เฉลี่ย 136.33 บาทต่อตัว จำนวนไก่ที่จำหน่าย 140,920 ตัวต่อปี ตลาดสดในอำเภอเมืองเป็นตลาดไก่พื้นเมืองและลูกผสมพื้นเมืองชำแหละที่ใหญ่กว่าอำเภออื่น (ตารางที่ 4.5)

ไก่ชำแหละที่จำหน่ายมีทั้งไก่พื้นเมืองและลูกผสมพื้นเมือง จำหน่ายไก่พื้นเมืองคิดเป็นร้อยละ 72.73 ของปริมาณไก่ทั้งหมด และจำหน่ายไก่ลูกผสมพื้นเมืองคิดเป็นร้อยละ 27.27 โดยทั่วไปไก่พื้นเมืองชำแหละมีราคาสูงกว่าไก่ลูกผสมพื้นเมืองชำแหละ กล่าวคือ ไก่พื้นเมืองชำแหละราคา 102.8 บาทต่อกิโลกรัม ไก่ลูกผสมพื้นเมืองชำแหละราคา 84.38 บาทต่อกิโลกรัม

ตารางที่ 4.5 การจำหน่ายไก่พื้นเมืองและลูกผสมพื้นเมืองระดับอำเภอ ในจังหวัดขอนแก่น

อำเภอ	จำนวนไก่ที่ จำหน่ายต่อ สัปดาห์(ตัว)	น้ำหนักเฉลี่ยที่ จำหน่าย(กก.)	ราคา จำหน่าย (บาท/ตัว)	รายได้รวมต่อ สัปดาห์(บาท)	จำนวนไก่ที่จำหน่าย ต่อปี(ตัว)
เมืองขอนแก่น	2,460	1.43	103	362,333	127,920
หนองเรือ	140	1.50	150	31,500	7,280
ภูเวียง	90	1.50	143	19,305	4,680
เขาสวนกวาง	20	1.50	150	45,000	1,040
รวม	2,710	1.48	136	417,638	140,920

ปริมาณไก่ที่จำหน่ายในรอบปี โดยภาพรวม ไก่พันธุ์พื้นเมืองที่จำหน่ายในท้องตลาดมีไม่เพียงพอต่อผู้บริโภค ไก่พื้นเมืองที่รวบรวมได้มีเพียงพอต่อผู้บริโภค คิดเป็นร้อยละ 83.33 หรือคิดเป็นไก่พื้นเมืองจำนวน 1,960 ตัวต่อสัปดาห์ ไก่พันธุ์พื้นเมืองมีไม่เพียงพอ คิดเป็นร้อยละ 16.67 หรือ คิดเป็นไก่พันธุ์พื้นเมืองจำนวน 333.2 ตัวต่อสัปดาห์หรือ 17,326.4 ตัวต่อปี ไก่พื้นเมืองมีปริมาณไม่เพียงพอกับความต้องการของผู้บริโภคมักเกิดในช่วงฤดูกาลเก็บเกี่ยวข้าวกล่าวคือ ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายนจนถึงเดือนเมษายน ซึ่งในช่วงดังกล่าวมีเทศกาลปีใหม่และสงกรานต์ เกษตรกรจะไม่ขายไก่ แต่เก็บไว้ใช้ในกิจกรรมของครัวเรือน สำหรับไก่พันธุ์ลูกผสมพื้นเมืองมีจำหน่ายเพียงพอแก่ผู้บริโภคตลอดปี ไก่ลูกผสมพื้นเมืองที่จำหน่ายในท้องตลาดจำนวน 750 ตัวต่อสัปดาห์

4.6 ผู้บริโภคไก่

ผู้ที่ซื้อไก่พื้นเมือง/ไก่ลูกผสมพื้นเมืองส่วนใหญ่เป็นผู้ซื้อทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 72.41 นำไก่ไปประกอบอาหารในครอบครัว ที่เหลือร้อยละ 27.59 เป็นร้านขายไก่ย่าง โดยนำไก่ไปทำต้มยำไก่บ้านและลาบไก่ขายควบคู่ไก่ย่าง

ความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อไก่ ผู้บริโภคสนใจไก่พื้นเมืองเพราะไก่พื้นเมืองมีเนื้อสัมผัสเหมาะสม ไขมันน้อย รสชาติอร่อย เหมาะสำหรับการทำอาหารพื้นเมือง เช่น ต้มยำไก่ ลาบไก่

ผู้บริโภคสนใจไก่ลูกผสมพื้นเมือง เพราะ คุณภาพเนื้อหรือเนื้อสัมผัสใกล้เคียงกันใช้แทนกันได้ หากหาไก่พื้นเมืองไม่ได้ ใช้ไก่ลูกผสมทดแทน (เนื้อไก่ลูกผสมจะเหนียวคล้ายไก่พื้นเมือง)

ในการซื้อไก่ผู้บริโภคมีข้อสังเกตลักษณะของไก่พันธุ์พื้นเมือง โดยพิจารณาดังนี้

1. แข็งไก่มีสีดำหรือมีสีเหลือง และแข้งไกมีความเรียวยาว

2. หัวไกมีลักษณะแหลม หัวมีหงอนขนาดใหญ่สีดาปนแดง และปากสีขาวปนดำหรือดำ ซึ่งต่างจากไก่พันธุ์เนื้อที่มีปากสีขาว

3. ความยาวขาไก่ ขาไก่มีความเรียวยาว ขาขาว/ดำ

4. เนื้อ เนื้อมีความแน่น เนื้อมีสีขาวเหลือง สีเหลืองหรือดำ สีไม่ชัด

4.7 ความคิดเห็นเกี่ยวกับไก่พื้นเมือง/ ไก่ลูกผสมพื้นเมือง

ความต้องการไก่พันธุ์ลูกผสมพื้นเมือง ผู้รวบรวมมีความสนใจซื้อไก่ลูกผสมพันธุ์เมืองที่มีคุณภาพและมีราคาใกล้เคียงกับไก่พื้นเมือง คิดเป็นร้อยละ 50 ไม่สนใจไก่ลูกผสมพื้นเมือง คิดเป็นร้อยละ 41.7 และไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 8.3

ผู้จำหน่ายไก่ มีความสนใจซื้อไก่ลูกผสมพื้นเมืองที่มีคุณภาพ/ราคาใกล้เคียงกับไก่พื้นเมือง คิดเป็นร้อยละ 45 ไม่สนใจที่จะซื้อ คิดเป็นร้อยละ 35 และร้อยละ 20 ไม่แน่ใจที่จะซื้อ ดังตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการไก่พันธุ์ลูกผสมพื้นเมือง

	ต้องการ	ไม่ต้องการ	ไม่แน่ใจ
ผู้รวบรวม	50.0	41.7	8.3
ผู้จำหน่าย	45.0	35.0	20.0

4.8 ราคาไก่พื้นเมืองและลูกผสมพื้นเมือง

ราคาไก่พื้นเมืองและลูกผสมพื้นเมืองจากผู้ผลิตจนถึงผู้บริโภคจะแตกต่างกันขึ้นกับชนิดของพันธุ์ไก่กล่าวคือ (ตารางที่ 4.7) ไก่พื้นเมือง ผู้รวบรวมซื้อไก่มาในราคา 50-60 บาทต่อกิโลกรัม จำหน่ายให้ผู้ขายไก่อรา 70-85 บาทต่อกิโลกรัม และจำหน่ายให้ผู้บริโภคราคา 85-90 บาทต่อกิโลกรัม (รวมเครื่องใน) หากผู้ซื้อต้องการซื้อเฉพาะตัวไก่ (ไม่รวมเครื่องใน) ราคาจำหน่ายไก่เพิ่มขึ้นเป็น ราคา 100 บาทต่อกิโลกรัม (หากแยกขาย น้ำหนักไก่ซึ่งไม่รวมเครื่องในจะลดลงและลดความเสี่ยงการขายเฉพาะเครื่องใน ซึ่งขายได้ยากกว่าการขายรวมกับตัวไก่) สำหรับไก่ลูกผสมพื้นเมือง ราคารับซื้อในบางครั้งจะสูงกว่าไก่พื้นเมืองเล็กน้อย (5-10 บาทต่อกิโลกรัม) โดยผู้รวบรวมซื้อไก่มาในราคา 60-65 บาทต่อกิโลกรัม จำหน่ายให้ผู้จำหน่ายและผู้บริโภคในราคาเดียวกันหรือสูงกว่าไก่พื้นเมืองเล็กน้อย

4.9 ความเป็นไปได้ในการใช้ไก่พื้นเมืองและลูกผสมพื้นเมืองเชิงพาณิชย์ในระดับชุมชน

การจำหน่ายไก่พื้นเมืองและลูกผสมในช่วงก่อนการระบาดของไข้หวัดนกและในปี พ.ศ. 2551 พบว่า ความต้องการไก่พื้นเมืองและลูกผสมพื้นเมืองในอดีตก่อนเกิดเหตุการณ์ระบาดไข้หวัด

นก (ปี พ.ศ. 2547) เฉพาะในเขตอำเภอเมืองขอนแก่นในแต่ละวันจำหน่ายไก่ได้เฉลี่ย 51 ตัวต่อวัน ปัจจุบันในปี พ.ศ. 2551 ผู้จำหน่ายไก่แต่ละรายจำหน่ายไก่ได้เฉลี่ย 39 ตัวต่อวัน (3-60 ตัว)

ตารางที่ 4.7 ราคาซื้อไก่พื้นเมืองและลูกผสมพื้นเมืองจากผู้ผลิตจนถึงผู้บริโภค

ประเภทไก่ที่จำหน่าย	น้ำหนักเฉลี่ย(กก.)	ราคาตามแหล่งเฉลี่ย (บาท/กก.)			
		ผู้รวบรวมไก่	ผู้ชำแหละไก่	ผู้จำหน่ายไก่	ผู้ซื้อไก่/บริโภค
ไก่มีชีวิต	1.2-1.3	50-60	65-70	70-85	90-100
ไก่ชำแหละ	1.0-1.2	0	0	75-80 (รวมเครื่องใน)	85-90 (รวมเครื่องใน)

อย่างไรก็ตามจากข้อมูลการจำหน่ายไก่พื้นเมืองและลูกผสมพื้นเมืองทั้ง 4 อำเภอในจังหวัดขอนแก่น ปริมาณไก่พันธุ์พื้นเมืองในท้องตลาดมีไม่เพียงพอต่อผู้บริโภคตลอดปี คิดเป็นร้อยละ 6.25 ของความต้องการไก่พื้นเมืองและลูกผสมพื้นเมืองทั้งหมด หรือคิดเป็นจำนวนร้อยละ 4.54 ของความต้องการไก่พื้นเมือง หรือจำนวนไก่พื้นเมืองที่มีไม่เพียงพอจำนวน 1332.8 ตัวต่อเดือน ส่วนไก่ลูกผสมพื้นเมืองมีเพียงพอกับความต้องการของผู้บริโภคตลอดปี

สรุปได้ว่า ความต้องการไก่พื้นเมืองในระดับชุมชนในจังหวัดขอนแก่นสูงกว่าปริมาณไก่พื้นเมืองที่เข้าสู่ท้องตลาด และมีโอกาสที่จะเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดไก่พื้นเมืองในตลาดไก่ในจังหวัดขอนแก่น

4.10 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการพัฒนาคุณภาพไก่พื้นเมือง

ผู้จำหน่ายไก่เสนอแนะการพัฒนาไก่พันธุ์พื้นเมือง ภาครัฐควรปรับปรุงพันธุ์ไก่พื้นเมืองให้มีการเจริญเติบโตเร็วเช่นไก่ไข่ ผลិតลูกไก่ให้ประชาชนและส่งเสริมให้มีการเลี้ยงไก่ที่มีการควบคุมคุณภาพ น้ำหนักและขนาดตัวให้สม่ำเสมอ และหาทางลดต้นทุนการผลิตไก่พื้นเมือง เลี้ยงโดยการให้หัวอาหาร เนื้อไก่พื้นเมืองจะไม่แน่นมาก (คล้ายไก่เนื้อ) ทำให้มีไก่พื้นเมืองจำหน่ายในท้องตลาดสม่ำเสมอและมีปริมาณมากขึ้น

บทที่ 5

ตลาดไถ่อย่าง

5.1 ความเป็นมา

ไถ่อย่างที่ขึ้นชื่อและเป็นที่รู้จักแก่คนทั่วไปของจังหวัดขอนแก่นมีอยู่ 2 แห่งคือ ไถ่อย่างเขาสวนกวางและไถ่อย่างภูเวียง สำหรับประวัติและความเป็นมาของไถ่อย่างทั้งสองแห่งพอสรุปได้ดังนี้

ประวัติไถ่อย่างเขาสวนกวาง

ไถ่อย่างภูเวียง จำหน่ายครั้งแรกในปี พ.ศ. 2510 ได้ตั้งจามจุรี (ฉำฉา) ข้างถนนมิตรภาพ บริเวณสี่แยกภูเวียง และเป็นบริเวณที่จำหน่ายไถ่อย่างเขาสวนกวางจนถึงปัจจุบัน โดยครอบครัวยายสุด อุตลาต เป็นครอบครัวแรกที่จำหน่ายไถ่อย่างเขาสวนกวาง (ปัจจุบัน ยายสุดอุตลาต มีอายุ 78 ปี เกิดปี พ.ศ. 2473) เป็นราษฎรบ้านจันแค้น อำเภอกำแพงแสน จังหวัดมหาสารคาม ซึ่งที่ประสบภัยแล้งเป็นประจำ จึงอพยพมาหาที่อยู่ท่ามกลางเขาสวนกวาง เริ่มแรกขายขนมไข่หงส์ ขนมเปียกปูน แล้วคิดขายไถ่อย่าง โดยการตั้งโต๊ะขายได้ตั้งจามจุรีบริเวณทางแยกเขาสวนกวางและขายบนรถโดยสารประจำทาง (รถสี่ล้อ) การขายไถ่อย่างจะขายเป็นชิ้น มิได้เป็นตัวเช่นการขายในปัจจุบัน โดยที่ไถ่พื้นเมือง 1 ตัว แบ่งได้เป็น 4 ชิ้นเช่นเดียวกับไถ่อย่างภูเวียง ต่อมาคนละแวกเดียวกัน เห็นยายบุญมีขายไถ่อย่าง และกิจการขายไถ่อย่างดี ยายบุญมีได้เปิดเป็นร้านขายไถ่อย่างจึงเริ่มมีคนขายไถ่อย่างเพิ่มขึ้นอย่างไถ่ก็ตาม ในปีช่วง พ.ศ. 2513 มีร้านจำหน่ายไถ่อย่าง (แผงขายไถ่) ใช้ร่วมกางบังแดด จำนวน 6 ร้านคือ 1) ร้านยายสุด อุตลาต 2) ร้านวิมล 3) ร้านไถ่อย่างวรรณ 4) ร้านระเบียบ 5) ร้านประกอบโภชนา และ 6) ร้านตุ้ ในช่วงปี พ.ศ. 2539-2540 ถนนมิตรภาพ ขยายเป็น 4 เลน ร้านขายไถ่อย่างจำนวนเพิ่มมากขึ้นเป็นประมาณ 25 ร้าน แม้ว่าในช่วงปลายปี พ.ศ. 2547 ผลกระทบจากการระบาดของโรคไข้หวัดนก ทำให้กิจการขายไถ่อย่างในอำเภอสวนกวางหยุดการจำหน่ายไถ่อย่างไป ประมาณ 3-4 เดือน (ธค. 2547-มีค. 2548) ผู้บริโภคกลัวโรคไข้หวัดนก ไม่รับประทานไถ่เลย ภายหลังการรณรงค์ไข้หวัดนก ในปี พ.ศ. 2548 ผู้บริโภคบางส่วนหันกลับมาบริโภคไถ่อย่าง ปี พ.ศ. 2549 ผู้บริโภคไถ่อย่างมีการบริโภคตามปกติ ร้านขายไถ่อย่างมีการขยายตัวและมีจำนวนเพิ่มขึ้น ในปี พ.ศ. 2551 มีร้านจำหน่ายไถ่อย่างจำนวน 68 ร้าน เป็นร้านขายไถ่อย่างขนาดใหญ่ที่จำหน่ายทั้งข้าวเหนียว ส้มตำ คอหมูย่าง ลาบหมู จำนวน 5 ร้านคือ 1) อัมพรไถ่อย่าง 2) ร้านยายแพง 3) ระเบียบไถ่อย่าง 4) วรรณไถ่อย่าง และ 5) ตุ้ไถ่อย่าง ที่เหลือเป็นร้านขนาดเล็ก ขายเฉพาะไถ่อย่างกับส้มตำ บางร้านมีแผงโชว์ไถ่อย่างวางอยู่หน้าร้าน ผู้จำหน่ายไถ่อย่างเป็นทั้งคนในพื้นที่และมาจากต่างพื้นที่เช่น จากจังหวัดร้อยเอ็ด เป็นต้น ร้านจำหน่ายไถ่อย่างเขาสวนกวางล่าสุดอยู่ที่ปั้มน้ำมัน ปตท.เขาสวนกวาง

สายพันธุ์ไถ่ที่นำมาทำไถ่อย่าง

ในระยะแรก(ปี พ.ศ. 2510) ไก่ที่นำมาทำไถ่อย่าง เป็นสายพันธุ์ไก่พื้นเมือง(ไก่อ่าน) ทั้งหมดขายไถ่วันละ 4-5 ตัวต่อวัน เอาไก่อ่านมาจากหมู่บ้านใกล้เคียงในอำเภอเขาสวนกวาง ใช้จักรยานเป็นพาหนะ มีเข่งใส่ไถ่กว้างไว้ด้านหลังจักรยาน ระยะต่อมาความต้องการไถ่อย่างพื้นเมืองผู้บริโภคมียิ่งขึ้น ปริมาณไถ่พื้นเมืองที่หาซื้อได้ไม่เพียงพอกับความต้องการของผู้บริโภค ผู้จำหน่ายมาซื้อไถ่ที่บ้านที่ฟาร์มเทพารักษ์ ตัวเมืองจังหวัดขอนแก่น ประมาณ ปี พ.ศ. 2520 สายพันธุ์ไก่ชีและสามสายเลือด เริ่มเข้ามีบทบาททดแทนไถ่พื้นเมือง โดยเจ้าของฟาร์มไถ่ทอง (เสียชีวิต) อ.เมืองพล มาติดต่อและลงไก่ชีให้ ในช่วงปี พ.ศ. 2542 ร้านไถ่อย่างวิมล ได้ตั้งฟาร์มเลี้ยงไก่ชีซึ่งเป็นฟาร์มเลี้ยงไก่แห่งแรกในอำเภอเขาสวนกวาง (เลิกเลี้ยงในปี พ.ศ. 2545) ในปี พ.ศ. 2532 ได้มีการตั้งโรงเชือดไก่ชื่อ เสรีฟาร์มในพื้นที่ รับไถ่จากฟาร์มมาชำแหละ โดยเสรีฟาร์มรับไถ่จาก บริษัทเจริญโภคภัณฑ์ (CP) และ ฟาร์มไถ่ที่อำเภอเชียงยืน ปัจจุบันรับไถ่จากศรีวิโรจน์ฟาร์ม เท่านั้น และดอกไม้ฟาร์ม ก่อตั้งในปี พ.ศ. 2540 มีการเลี้ยงไถ่เอง รับจากบริษัท เบทาโก จำกัด และ ศรีวิโรจน์ฟาร์ม นอกจากนี้ ศรีวิโรจน์ฟาร์ม (ไก่อ่านภูเวียง) และบริษัท เบทาโกร จำกัด ซึ่งมีฟาร์มและโรงเชือดที่อำเภอน้ำพอง ได้นำมาส่งโดยตรงให้ร้านค้าไถ่อย่าง

การจำหน่ายไถ่อย่าง

ในช่วงแรกไถ่อย่างทำมาจากสายพันธุ์ไก่อ่าน การจำหน่ายจะขายเป็นชิ้น เนื่องจากไก่อ่านมีขนาดตัวใหญ่ น้ำหนักประมาณ 1.5-2 กิโลกรัม ผู้จำหน่ายจะแบ่งไก่อ่านเป็น 5 ชิ้นต่อตัวก่อนนำไปขาย ต่อมามีการใช้ไก่ชีการขายไถ่อย่างเปลี่ยนจากการขายไถ่ชิ้นมาเป็นขายไถ่อย่างทั้งตัว เนื่องจากไก่ชี มีน้ำหนัก 0.5 กิโลกรัมต่อตัว จนถึงปัจจุบัน แม้ว่าในช่วงหลังประมาณ ปี พ.ศ. 2549-50 อาหารไถ่มีราคาสูงขึ้น ผู้เลี้ยงไถ่จึงปรับเปลี่ยนการขายไถ่จากน้ำหนัก 0.5 กิโลกรัมต่อตัวมาเป็น 0.8-1.0 กิโลกรัมต่อตัว (อายุ 45-50 วัน)

สูตรไถ่อย่างเขาสวนกวาง

ในอดีต เครื่องปรุงไถ่อย่างภูเวียง ประกอบด้วย เกลือ ผงชูรส ซีอิ๊วดำตราเต็กสมบูรณ์ ปัจจุบัน เครื่องปรุงประกอบด้วย เกลือ ผงชูรส ซอสภูเขาทอง ซีอิ๊วขาว ขิง กระเทียม ขมิ้นผง และพริกไทย ระหว่างย่างไถ่ จะทาตัวไถ่ด้วยน้ำมันพืช ราดด้วยกระเทียมเจียวภายหลังการย่างได้ที่ ผู้จำหน่ายไถ่อย่างภูเวียงทุกรายใช้สูตรปรุงเดียวกัน แต่แตกต่างกันในเทคนิคการปรุงของแต่ละราย

จุดเด่นไถ่อย่างเขาสวนกวาง

1. สีสวย เนื้อนุ่ม กรอบอร่อย
2. รสชาติเข้มข้น
3. จำหน่ายไถ่อย่างใหม่ทุกวัน (เฉพาะร้านใหญ่ เน้นชื่อเสียงและคุณภาพ)

ประวัติไถ่อย่างภูเวียง

ไถ่อย่างภูเวียง จำหน่ายครั้งแรกในปี พ.ศ. 2510 บริเวณสามแยกทางพาดเข้า อ.ภูเวียง และเป็นจุดจำหน่ายไถ่อย่างภูเวียงในปัจจุบัน ครอบครัวยาบุญมี พ่อเสริม นันดี เป็นครอบครัวแรกที่จำหน่ายไถ่อย่างภูเวียง (ปัจจุบัน ยาบุญมีอายุ 73 ปี เกิดปี พ.ศ. 2478) เป็นราษฎรบ้านกุดฉิม ต.โนนทัน อ.หนองเรือ จ.ขอนแก่น ภายหลังจากการแต่งงาน บิดาได้ยกที่ดิน(ที่นา) บริเวณสามแยกทางพาดให้ ครอบครัวยาบุญมีจึงย้ายมาอยู่ที่ดินแห่งใหม่ ช่วงที่ย้ายครอบครัวมา มีเงินติดตัวมา 20 บาท พร้อมไถ่พื้นเมืองจำนวน 3 ตัว ยาบุญมีเห็นว่า บริเวณทางแยกสามพาดเป็นสถานที่จอดรถโดยสารระหว่างอำเภอชุมแพและจังหวัดขอนแก่นและต่อรถโดยสารของผู้ที่จะเดินทางไปอำเภอภูเวียง รถโดยสารจะผ่านบริเวณดังกล่าวทุก 1 ชั่วโมง แต่ละคันจะจอดพักรถโดยสารประมาณ 0.5 -1 ชั่วโมง ประกอบกับในช่วงเวลาดังกล่าวมีการก่อสร้างถนนมะลิวัลย์จากถนนดินเป็นถนนยางมอดอย (แอสฟัลต์) มีแคมป์คนงานก่อสร้างทั้งไทยและฝรั่ง (อิตาลี) มาตั้งบริเวณดังกล่าว ยามว่างนอกจากการทำงาน ยาบุญมีมีอาชีพเสริมด้วยการขายขนมจีนและขนมไทย จึงเริ่มขายไถ่อย่างเป็นอาชีพเสริมนับแต่นั้นมา ต่อมาได้พัฒนามาจนเป็นอาชีพหลัก ในช่วงแรกเป็นการขายไถ่อย่างข้างถนนและบนรถโดยสารบริเวณทางแยกสามพาด การขายไถ่อย่างจะขายเป็นชิ้น มิได้เป็นตัวเช่นการขายในปัจจุบัน โดยที่ไถ่พื้นเมือง 1 ตัว แบ่งได้เป็น 4 ชิ้น (ไถ่ 4 ชิ้น + เครื่องใน 1 ไม้ + หัวไถ่ 1 ไม้) ต่อมาคนในละแวกเดียวกัน เห็นยาบุญมีเปิดร้านขายไถ่อย่างและมีกิจการดี จึงเริ่มมีคนขายไถ่อย่างเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม ในปีช่วง พ.ศ. 2515-21 มีร้านจำหน่ายไถ่อย่างจำนวน 4 ร้านคือ 1) ร้านยาบุญมี นันดี 2) ร้านเสมียนไถ่อย่าง 3) ร้านแม่ประยูรไถ่อย่าง และ 4) ร้านประสิทธิ์ ในช่วงปี พ.ศ. 2543 ถนนบริเวณสามแยกทางพาด หรือเรียกกันว่า สามแยกเข้าอำเภอภูเวียง ได้รับการขยายเป็นถนน 4 เลน มีรถยนต์และผู้โดยสารมีจำนวนมากขึ้น คนในท้องถิ่นหันมาเปิดร้านขายไถ่อย่างจำนวนเพิ่มมากขึ้นเป็นจำนวน 10 ร้าน+แผงขายไถ่ 20 แผง ในปี พ.ศ. 2551 มีร้านจำหน่ายไถ่อย่างจำนวน 35 ร้าน+แผงขายไถ่ 2 แผง เป็นทั้งร้านขนาดใหญ่จำหน่ายไถ่อย่างทั้งจำหน่ายข้าวเหนียว ส้มตำ คอหมูย่าง ลาบหมูควบไปด้วยจำนวน 3 ร้าน คือ 1) ร้านประสิทธิ์ไถ่อย่าง 2) ร้านไดโนเสาร์ ละ 3) ร้านหน้อยไถ่อย่าง ที่เหลือเป็นร้านขนาดเล็ก ขายเฉพาะไถ่อย่างกับส้มตำ

เดิมที “ไถ่อย่างภูเวียง” รู้จักกันในนาม “ไถ่อย่างแยกสามพาดเข้าอำเภอภูเวียง” ต่อมาชื่อถูกเรียกสั้นเข้าเป็น “ไถ่อย่างภูเวียง” ในปี พ.ศ. 2543 มีการก่อสร้างรูปปั้นไดโนเสาร์ บริเวณทางแยกเข้าอำเภอภูเวียง ทางราชการให้ชื่อไถ่อย่างภูเวียงใหม่เป็น “ไถ่อย่างสามแยกไดโนเสาร์” อย่างไรก็ตาม ชื่อ “ไถ่อย่างภูเวียง” ยังคงเป็นชื่อที่ผู้บริโภคและผู้จำหน่ายไถ่อย่างคุ้นเคยอยู่

สายพันธุ์ไถ่ที่นำมาทำไถ่อย่าง

ในระยะแรก(ปี พ.ศ. 2510)ของการขายไถ่อย่าง ไถ่ที่นำมาทำไถ่อย่างเป็นสายพันธุ์ไถ่พื้นเมือง (ไถ่บ้าน) ทั้งหมด ผู้จำหน่ายไถ่อย่างโดยเฉพาะสามีจะเป็นคนออกไปหาซื้อไถ่บ้าน ใช้จักรยานเป็นพาหนะ มีเชิงใส่ไถ่วางไว้ด้านหลังจักรยาน ออกไปซื้อไถ่พื้นเมืองจากหมู่บ้านบริเวณใกล้เคียง ทั้งในอำเภอหนองเรือ อำเภอภูเวียง และอำเภอชุมแพ ระยะต่อมาความต้องการไถ่อย่างพื้นเมือง

ผู้บริโภคมีมากขึ้น ปริมาณไก่พื้นเมืองที่หาซื้อได้ไม่เพียงพอกับความต้องการของผู้บริโภค ประมาณ ปี พ.ศ. 2518 สายพันธุ์ไก่ซี (ไก่ไข่ตัวผู้ ขนสีขาว เลี้ยงประมาณ 40 วัน น้ำหนัก 0.5-0.7 กิโลกรัม) เริ่มเข้ามีบทบาททดแทนไก่พื้นเมือง ผู้จำหน่ายไก่ย่างไปซื้อไก่ซีจากซีฟาร์ม จากอำเภอชุมแพ (เลิกกิจการไปแล้วในปี พ.ศ. 2539) โดยซื้อไก่ที่ฆ่าและถอนขนแล้วที่มีทั้งตัวไก่และเครื่องในไก่ ในช่วงปี พ.ศ. 2523-25 ไก่ซีเข้ามาแทนที่ไก่พื้นเมืองทั้งหมด เนื่องจากไก่อ่านในพื้นที่หาซื้อได้ยากมาก ไม่เพียงพอกับความต้องการ ประกอบกับมีฟาร์มเลี้ยงไก่ไข่ ทั้งที่อำเภอชุมแพ และอำเภอเมืองขอนแก่น (ฟาร์มซีฟาร์ม จำหน่ายไก่ที่ชำแหละ ส่วนฟาร์มเทพารักษ์ จำหน่ายไก่ยังมีชีวิต)

การจำหน่ายไก่ย่าง

ในช่วงแรกไก่ที่นำมาทำไก่ย่างเป็นสายพันธุ์ไก่อ่าน การจำหน่ายจะจำหน่ายเป็นชิ้น เนื่องจากไก่อ่านมีขนาดตัวใหญ่ น้ำหนักประมาณ 1.5-2.0 กิโลกรัม ผู้จำหน่ายจะแบ่งไก่อ่านออกเป็น 5 ชิ้นต่อตัวก่อนนำไปย่างขาย ต่อมามีการใช้ไก่ซีการขายไก่ย่างเปลี่ยนจากการขายไก่ชิ้นมาเป็นขายไก่ย่างทั้งตัว เนื่องจากไก่ซี มีน้ำหนัก 0.5-0.7 กิโลกรัมต่อตัว จนถึงปัจจุบัน แม้ว่าในช่วงหลังประมาณต้นปี พ.ศ. 2551 อาหารไก่อามีราคาสูงขึ้น ตามราคาน้ำมัน ผู้เลี้ยงไก่จึงปรับเปลี่ยนการขายไก่ซีจากน้ำหนัก 0.5-0.7 กิโลกรัมต่อตัวมาเป็น 0.8-1.0 กิโลกรัมต่อตัว

สูตรไก่ย่างภูเวียง

เครื่องปรุงไก่ย่างภูเวียง ในยุคแรกประกอบด้วย เกลือสินเธาว์ น้ำปลา ผงชูรส พริกไทย (บางรายใส่สีตราไก่) ระหว่างย่างไก่ จะทาตัวไก่ด้วยน้ำมันพืช ภายหลังที่ย่างไก่เสร็จแล้วจะโรยด้วยกระเทียมเจียว จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2530 ได้เครื่องปรุงไก่ย่างมีประยุกต์เพิ่มขึ้น โดยใช้ชีอิ้วดำ ตรานกยูงหรือตราเด็กสมบูรณ์หรือตราเรือใบ มีการเพิ่มนมสดและผงรสดี (ผงชูบไก่อหรือหมู) บางรายใส่เนยสดใส่ในเครื่องปรุงด้วย สาเหตุที่เติมนมสดหรือเนยสดเพราะทำให้ไก่มีเนื้อนุ่ม อร่อย ทำให้ผู้บริโภค บริโภคได้มากขึ้น ผู้จำหน่ายไก่ย่างภูเวียงเกือบทุกรายใช้เครื่องปรุงพื้นฐานเดียวกัน ต่างกันเพียงส่วนประกอบเพิ่มเติมเช่น นมสด เนยสด ผงรสดี เป็นต้น

จุดเด่นไก่ย่างภูเวียง

1. ไก่ไม่มัน แห้ง (ย่างแห้ง)
2. การหมักไก่ให้รสเข้มข้น ไม่เลี่ยน ทำให้รับประทานได้มาก

5.2 ห่วงโซ่อุปทานไก่ย่าง

ห่วงโซ่อุปทานของตลาดไก่ย่างในจังหวัดขอนแก่นคล้ายกับห่วงโซ่อุปทานไก่พื้นเมือง แต่ทั้งสองห่วงโซ่ไม่มีความสัมพันธ์กัน ห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจไก่ย่างเป็นคนละห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจไก่พื้นเมือง ห่วงโซ่อุปทานธุรกิจไก่ย่างมีกลุ่มเกี่ยวข้องด้วยกัน 5 กลุ่มคือ ผู้เลี้ยงไก่ ผู้รวบรวมไก่ ผู้ชำแหละไก่ ผู้จำหน่ายไก่ย่าง และผู้บริโภคไก่ ดังตารางที่ 5.1 พันธุ์ไก่ที่เป็นวัตถุดิบในการทำ

ไก่อ่างทั้งไก่อ่างเขาสวนกวางและไก่อ่างภูเวียงเกือบทั้งหมดเป็นพันธุ์ไก่ไข่เพศผู้หรือเรียกกันว่า “ไก่ตัว”

ตารางที่ 5.1 ห่วงโซ่อุปทานธุรกิจไก่อ่างในจังหวัดขอนแก่น

ผู้ผลิตไก่	ผู้รวบรวมไก่	ผู้ชำแหละไก่	ผู้จำหน่ายไก่อ่าง	ผู้บริโภคไก่
ฟาร์มเอกชนต่างพื้นที่	ผู้รวบรวมไก่ในพื้นที่จำหน่ายไก่อ่าง	ผู้รวบรวมไก่ในพื้นที่จำหน่ายไก่อ่าง	ผู้จำหน่ายไก่อ่างเขาสวนกวาง	ผู้บริโภคต่างพื้นที่
เกษตรกรรายย่อย		โรงเชือดไก่	ผู้จำหน่ายไก่อ่างภูเวียง	ผู้บริโภคในพื้นที่

5.3 แหล่งผลิตไก่

ไก่ที่นำมาทำไก่อ่างเกือบทั้งหมดเป็นไก่ไข่เพศผู้(ตัว) ในการผลิตไก่ตัว โดยฟาร์มของบริษัทเองและทำสัญญาผูกพันการเลี้ยงไก่อ่างกับฟาร์มเอกชนในพื้นที่จังหวัดขอนแก่น บริษัทที่ผลิตไก่ตัวให้ธุรกิจไก่อ่างมีด้วยกัน 3 บริษัท ดังนี้

- 1) บริษัท เบทาโกร จำกัด
- 2) บริษัท ศรีวิโรจน์ฟาร์ม จำกัด
- 3) ดอกไม้ฟาร์ม

ไก่ไข่เพศผู้ของโดยบริษัท เบทาโกร จำกัดและบริษัท ศรีวิโรจน์ฟาร์ม จำกัด มีทั้งจำหน่ายไก่มีชีวิตให้ผู้รวบรวมในพื้นที่จำหน่ายไก่อ่างเขาสวนกวางและไก่อ่างภูเวียง และจำหน่ายในรูปไก่ชำแหละแล้วให้ร้านค้าไก่อ่างโดยตรงในอำเภอเขาสวนกวาง

5.4 ผู้รวบรวมไก่ ผู้ชำแหละไก่ และผู้จำหน่ายไก่ไข่เพศผู้ชำแหละ

โดยทั่วไปผู้รวบรวม ผู้ชำแหละและผู้จำหน่ายไก่ไข่เพศผู้ชำแหละ (ตัว) จะเป็นบุคคลเดียวกัน ผู้รวบรวมไก่ตัวส่งให้ร้านค้าไก่อ่างในจังหวัดขอนแก่นมีจำนวนทั้งสิ้น 6 ราย แบ่งเป็นผู้รวบรวมไก่ให้ร้านค้าไก่อ่างเขาสวนกวาง จำนวน 2 ราย และผู้รวบรวมไก่ให้ร้านค้าไก่อ่างภูเวียง จำนวน 4 ราย

ผู้รวบรวมและส่งไก่ตัวชำแหละให้ร้านค้าจำหน่ายไก่อ่างเขาสวนกวางในอำเภอเขาสวนกวางมีจำนวน 2 ราย คือ 1) เสรีฟาร์ม และ 2) ดอกไม้ฟาร์ม

ดอกไม้ฟาร์ม เป็นทั้งผู้รวบรวมไก่ และเลี้ยงไก่ตัวเอง โดยรับซื้อไก่ที่มีชีวิตและที่เชือดแล้วทั้งจากบริษัท เบทาโกร จำกัด (40%) และบริษัท ศรีวิโรจน์ฟาร์ม จำกัด (10%) ดอกไม้ฟาร์มเลี้ยงไก่ไข่เพศผู้เอง (50%) ทำการเชือดไก่ทุกวัน ดอกไม้ฟาร์มรวบรวมไก่ส่งให้ร้านค้าไก่อ่าง ประมาณ 1,000 ตัวต่อวัน

เสรีฟาร์ม เป็นแหล่งรวบรวมไก่มีชีวิตจากศรีวิโรจน์ฟาร์ม 100% มาพักในพื้นที่แล้วเชือดให้ลูกค้าทุกวัน ทำการเชือดไก่ทุกวัน เฉลี่ยประมาณ 500 ตัวต่อวัน

นอกจาก ผู้รวบรวมไก่ 2 รายที่กล่าวในข้างต้นแล้ว บริษัทที่มีธุรกิจที่มีฟาร์มเลี้ยงไก่ พร้อมโรงชำแหละไก่ มีฟาร์มไก่และโรงเชือดอยู่นอกพื้นที่ ติดต่อก่อนนำไก่ที่ชำแหละแล้วมาส่งร้านขายไก่ย่างโดยตรง คือ 1) บริษัท เบทาโกร จำกัด ซึ่งมีฟาร์มไก่และโรงเชือดที่อำเภอน้ำพอง 2) บริษัทศรีวิโรจน์ จำกัด จำหน่ายไก่ในชื่อ ไก่บ้านภูเวียง มีฟาร์มไก่และโรงเชือดที่อำเภอภูเวียง โดยทั้ง 2 บริษัทส่งไก่ไปแช่เพสผู้ให้ร้านจำหน่ายไก่ย่างประมาณ 1,000-1,500 ตัวต่อวัน

ผู้รวบรวมไก่ ชำแหละไก่ และจำหน่ายไก่ชำแหละให้ร้านจำหน่ายไก่ย่างภูเวียง ในอำเภอหนองเรือ มีจำนวน 4 ราย คือ

- 1) วรรณ บุดดา เชือดไก่วันละ 300 ตัว โดยรับไก่มีชีวิตจาก บริษัท เบทาโกร จำกัด 80% และ จากเกษตรกรในพื้นที่ 20%
- 2) เจษฎา หวานไผ่แก้ว เชือดไก่วันละ 250 ตัว โดยรับไก่มีชีวิตจาก บริษัท เบทาโกร จำกัด 80% และ บริษัทศรีวิโรจน์ฟาร์ม 20%
- 3) สุนทรา นันดี เชือดไก่วันละ 300 ตัว โดยรับไก่มีชีวิตจาก บริษัท เบทาโกร จำกัด 80% และ บริษัทศรีวิโรจน์ฟาร์ม 20%
- 4) พิมพ์ เหล่าประเสริฐ (แม่น้อย) เชือดไก่วันละ 850 ตัว โดยรับไก่มีชีวิตจาก บริษัท เบทาโกร จำกัด 100%

สำหรับร้านจำหน่ายไก่ย่างเขาสวนกวางในเขตอำเภอเมืองขอนแก่น ไม่ปรากฏว่ามีผู้รวบรวมไก่และชำแหละไก่ในพื้นที่ มีแต่บริษัท เบทาโกร จำกัดและบริษัทศรีวิโรจน์ฟาร์ม จะติดต่อและจัดส่งไก่สดชำแหละให้ร้านจำหน่ายไก่ย่างทั้ง 5 ร้านโดยตรง

ผู้รวบรวมไก่ให้ร้านจำหน่ายไก่ย่างเขาสวนกวาง และไก่ย่างภูเวียงมีทั้งหมดจำนวน 6 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 66.67 และเป็นเพศชายร้อยละ 33.33 (ตารางผนวกที่ 5.1) ผู้รวบรวมไก่ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 30-39 ปี (ร้อยละ 66.67) ที่เหลือมีอายุมากกว่า 39 ปี (ร้อยละ 33.33) ระดับการศึกษาของผู้รวบรวมไก่มีทั้งระดับมัธยมปลาย/ปวช. อนุปริญญา/ปวส และ ปริญญาตรี มีจำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 33.33 ของจำนวนผู้ที่รวบรวมทั้งหมด (ตารางผนวกที่ 5.2 และ 5.3)

รายได้คร่าวๆของผู้รวบรวมไก่ ร้อยละ 83.33 จากจำนวนผู้รวบรวมทั้งหมดมีรายได้มากกว่า 25,000 บาท ที่เหลือมีรายได้ในช่วง รายได้ 20,001-25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.67 จากจำนวนผู้รวบรวมทั้งหมด (ตารางผนวกที่ 5.4)

ประสบการณ์ในการประกอบอาชีพรวบรวมไก่โดยเฉลี่ยประมาณ 8.83 ปี (5-15 ปี) การรวบรวมไก่เป็นอาชีพหลัก คิดเป็นร้อยละ 83.33 จากจำนวนผู้รวบรวมทั้งหมด และเป็นอาชีพเสริม คิดเป็นร้อยละ 16.67 จากจำนวนผู้รวบรวมทั้งหมด สำหรับผู้รวบรวมไก่ที่ทำการรวบรวมไก่เป็น

อาชีพเสริม ปกติจะมีอาชีพหลักคือ เปิดร้านขายไถ่ย่างและอาหารอีสาน (ตารางผนวกที่ 5.5 และ 5.6)

5.5 ปริมาณและราคาไถ่

ผู้รวบรวมชำแหละไถ่ส่งร้านจำหน่ายไถ่ย่างในแต่ละเดือนจำนวน 94,188 ตัว (คิดเป็นน้ำหนักไถ่รวม 75,350 กิโลกรัม) หรือ 23,547 ตัวต่อสัปดาห์ (น้ำหนักไถ่ 18,837.5 กิโลกรัม)

ไถ่ย่างเขาสวนกวางและภูเวียง มียอดการจำหน่ายไถ่ย่างรวมทั้งสิ้นจำนวน 29,770 ตัวต่อสัปดาห์ หรือ 1,548,040 ตัวต่อปี คิดเป็นมูลค่าการขายจำนวน 2,294,375 บาทต่อสัปดาห์หรือ 119,307,479 บาทต่อปี ไถ่ย่างเขาสวนกวางมียอดการจำหน่ายมากกว่าไถ่ย่างภูเวียงในสัดส่วน 7:3 ดังตารางที่ 5.2

ตารางที่ 5.2 ปริมาณไถ่ย่าง น้ำหนักไถ่เฉลี่ย ราคาจำหน่ายและรายได้รวมต่อสัปดาห์

อำเภอ	จำนวนไถ่ย่างที่ จำหน่ายต่อสัปดาห์ (ตัว)	น้ำหนักเฉลี่ยที่ จำหน่าย(กก.)	ราคาจำหน่าย (บาท/ตัว)	รายได้รวมต่อ สัปดาห์(บาท)	จำนวนไถ่ย่างที่ จำหน่ายต่อปี (ตัว)
เมืองขอนแก่น	2,270	0.80	78.23	177,582	118,040
หนองเรือ	8,531	0.77	74.36	634,365	443,612
เขาสวนกวาง	18,969	0.79	78.15	1,482,427	986,388
รวม	29,770	0.79	76.91	2,294,375	1,548,040

การจำหน่ายไถ่ให้ร้านจำหน่ายไถ่ย่างในแต่ละช่วงเทศกาลจะมากกว่าในช่วงปกติ ช่วงเทศกาลปีใหม่และสงกรานต์มีการจำหน่ายไถ่มากกว่าในช่วงเทศกาลอื่น กล่าวคือ ช่วงเทศกาลสงกรานต์มีปริมาณรวบรวมไถ่เพิ่มขึ้นเป็น 2.7 เท่าเมื่อเทียบกับช่วงเวลาปกติ เทศกาลปีใหม่มีปริมาณการรวบรวมไถ่เพิ่มขึ้นเป็น 2.5 เท่าเมื่อเทียบกับช่วงเวลาปกติ ช่วงปลายฝน/เก็บเกี่ยวข้าวมีปริมาณการรวบรวมไถ่เพิ่มขึ้นเป็น 1.6 เท่าเมื่อเทียบกับช่วงเวลาปกติ ช่วงเทศกาลออกพรรหามีปริมาณการรวบรวมไถ่เพิ่มขึ้นเป็น 1.5 เท่าเมื่อเทียบกับช่วงเวลาปกติ แต่ช่วงเทศกาลตรุษจีนปริมาณการรวบรวมไถ่เท่ากับในช่วงปกติ ดังตารางที่ 5.3

ตารางที่ 5.3 ปริมาณไถ่อย่างที่ทำจำหน่ายในช่วงเทศกาลต่างๆในรอบปี

เทศกาล	ปริมาณไถ่ต่อวัน	
	สัดส่วน	ตัว
เทศกาลปีใหม่	2.5	10,632
เทศกาลตรุษจีน	1.0	4,253
เทศกาลสงกรานต์	2.7	11,483
เทศกาลออกพรรษา	1.5	6,379
ช่วงปลายฝน/เก็บเกี่ยวข้าว	1.6	6,805
ปกติ	1.0	4,253

5.6 ความคิดเห็นของผู้ชำแหละไก่และผู้จำหน่ายไถ่อย่างต่อไถ่ลูกผสมพื้นเมือง

หากมีไถ่ลูกผสมพื้นเมืองที่มีคุณภาพ/ราคาใกล้เคียงไถ่พื้นเมือง ผู้ชำแหละไก่และผู้จำหน่ายไถ่อย่างมีความเห็นต่อความต้องการไถ่พันธุ์ลูกผสมพื้นเมืองในธุรกิจไถ่อย่างใกล้เคียงกัน กล่าวคือ มีความต้องการไถ่ลูกผสมพื้นเมืองมาทำไถ่อย่าง คิดเป็นร้อยละ 33.3 และ ร้อยละ 31.4 ตามลำดับ ไม่สนใจคิดเป็นร้อยละ 50.0 และร้อยละ 67.6 ตามลำดับ (ตารางที่ 5.4) สาเหตุที่ไม่ต้องการและไม่แน่ใจซื้อไถ่ลูกผสมพื้นเมืองเพราะยังไม่เห็นตัวและคุณภาพเนื้อไก่ และตลอดจนความต่อเนื่องของสินค้า ผู้บริโภคไม่ต้องการไถ่อย่างทำจากไถ่พันธุ์พื้นเมือง เพราะผู้บริโภคชอบไถ่อย่างที่ยขายอยู่ในปัจจุบัน ไถ่พันธุ์พื้นเมือง ย่างแล้วทิ้งไว้นาน เนื้อจะเหนียว ไม่อร่อย คุณภาพไม่เท่าเดิมลูกค้าอาจคบบริโภค ไถ่ไข่เทศผู้ซื้อร้อยละ 67.6 มากกว่าไถ่พื้นเมือง เพราะมีเนื้อนุ่ม และราคาไม่แพง ไถ่พื้นเมืองมีราคาแพงกว่า

ตารางที่ 5.4 ความต้องการไถ่พื้นเมืองและลูกผสมพื้นเมือง

ความต้องการ	ความต้องการไถ่พื้นเมือง/ลูกผสมพื้นเมือง	
	ผู้ชำแหละไก่	ผู้จำหน่ายไถ่อย่าง
ต้องการ	33.3	31.4
ไม่ต้องการ	50.0	67.6
ไม่สนใจ	16.7	1.0
รวม	100.0	100.0

5.7 ร้านจำหน่ายไถ่อย่าง

ร้านจำหน่ายไถ่อย่างที่มีชื่อเสียงในจังหวัดขอนแก่นทั้งหมดจำนวน 105 ร้าน จำแนกเป็นร้านจำหน่ายไถ่อย่างเขาสวนกวางจำนวน 68 ร้าน ตั้งอยู่ที่อำเภอเขาสวนกวางจำนวน 63 ร้าน จำนวน 5 ร้านตั้งอยู่ในอำเภอเมืองขอนแก่น และร้านไถ่อย่างภูเวียง จำนวน 37 ร้าน ซึ่งร้านจำหน่ายไถ่อย่างภูเวียงทั้งหมดตั้งอยู่ที่อำเภอหนองเรือ เจ้าของร้านจำหน่ายไถ่อย่างที่ถูกสัมภาษณ์ เป็นเพศหญิง ร้อยละ 80 เป็นเพศชาย ร้อยละ 20 (ตารางผนวกที่ 5.7)

อายุของผู้ประกอบการร้านจำหน่ายไถ่อย่าง ร้อยละ 7.62 มีอายุช่วง 20-29 ปี ร้อยละ 31.43 มีอายุช่วง 30-39 ปี ร้อยละ 34.29 มีอายุช่วง 40-49 ปี ร้อยละ 20.95 มีอายุช่วง 50-59 ปี และอายุมากกว่า 60 ปี คิดเป็นร้อยละ 5.71 (ตารางผนวกที่ 5.8)

ผู้ประกอบการร้านจำหน่ายไถ่อย่าง ร้อยละ 65.71 ระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมปลาย รองลงมามีการศึกษาระดับมัธยมปลาย/ปวช. ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 17.14, 11.43 ตามลำดับ ที่เหลือมีการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส. ปริญญาโทและสูงกว่าปริญญาโทเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 0.95 ที่เท่ากัน (ตารางผนวกที่ 5.9)

ประสบการณ์ในการประกอบอาชีพขายไถ่อย่างเฉลี่ยประมาณ 11.50 ปี (1-46 ปี) จำนวนแรงงานที่ใช้ในร้านจำหน่ายไถ่อย่าง (รวมเจ้าของร้าน) เฉลี่ย 3.65 คน (1-20 คน)

ไถ่ที่นำมาทำไถ่อย่างเกือบทั้งหมดเป็นไถ่ไขเพศผู้ คิดเป็นร้อยละ 98.11 ที่เหลือเป็นสายพันธุ์ไถ่พื้นเมืองและไถ่สามสายเลือด ซึ่งมีจำนวนเท่ากัน (ร้อยละ 0.94) (ตารางผนวกที่ 5.11) ไถ่ไขเพศผู้หรือไถ่สี ส่วนใหญ่ซื้อจากผู้รวบรวม คิดเป็นร้อยละ 84.6 ที่เหลือซื้อจากผู้เลี้ยงรายย่อย และตลาดสด คิดเป็นร้อยละ 20.19 และ 0.96 ตามลำดับ สำหรับไถ่พื้นเมืองทั้งหมดซื้อมาจากเกษตรกรรายย่อย แต่ไถ่สามสายเลือดทั้งหมดซื้อจากผู้รวบรวม (ตารางผนวกที่ 5.12)

5.8 ผู้บริโภคไถ่อย่าง

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านจำหน่ายไถ่อย่าง พบว่า ผู้บริโภคหรือลูกค้าที่ซื้อไถ่อย่าง ร้อยละ 44.81 เป็นลูกค้าในท้องถิ่น และลูกค้าสัญจร คิดเป็นร้อยละ 55.19 ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลจากผู้บริโภคคือ ผู้บริโภคไถ่อย่างส่วนใหญ่เป็นผู้บริโภคที่อาศัยอยู่นอกท้องถิ่นหรือนอกอำเภอที่ร้านจำหน่ายไถ่อย่างตั้งอยู่ คิดเป็นร้อยละ 67.71 ที่เหลือร้อยละ 38.29 อาศัยอยู่ในท้องถิ่นหรืออำเภอที่ตั้งร้านจำหน่ายไถ่อย่าง (ตารางที่ 5.5) หากเปรียบเทียบลูกค้าไถ่อย่างในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมากับในปี พ.ศ. 2551 พบว่า จำนวนลูกค้าไถ่อย่างมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น การเพิ่มขึ้นของลูกค้าทั้งสองกลุ่มจะใกล้เคียงกัน ลูกค้าในท้องถิ่นและนอกท้องถิ่นเพิ่มขึ้นร้อยละ 53.33 และ 54.29 ตามลำดับ

ในการเลือกซื้อไถ่อย่าง ผู้บริโภคไถ่อย่างให้ความสนใจกับรสชาติหรือความอร่อยมากที่สุด (ร้อยละ 32.91) รองลงมาเป็นเรื่องความสะอาด ราคาที่เหมาะสม และความน่ารับประทาน คิดเป็นร้อยละ 21.38, 18.28 และ 16.46 ตามลำดับ เหตุผลอื่นๆ เช่น ชื่อเสียงของร้าน มีคนแนะนำ อื่นๆ

และการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 4.08, 3.38, 2.39 และ 1.13 ตามลำดับ (ตารางที่ 5.6) โดยมีวัตถุประสงค์ในการซื้อไถ่อย่างคือ ซื้อเพื่อรับประทานเอง คิดเป็นร้อยละ 59.01 รองลงมาคือ ซื้อฝากเพื่อน/ญาติ เลี้ยงรับรองแขก คิดเป็นร้อยละ 25.45, 19.68 ตามลำดับ นอกจากนี้ซื้อเพื่อทำบุญ และ อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 5.18 และ 0.68 ตามลำดับ (ตารางที่ 5.7)

ในรอบ 1 ปีผู้บริโภคไถ่อย่างซื้อไถ่อย่างเฉลี่ยประมาณ 26.17 ครั้ง (1-240 ครั้ง) และการซื้อไถ่อย่างในแต่ละครั้ง ผู้บริโภคไถ่อย่างซื้อไถ่อย่างเฉลี่ย 120.08 บาทต่อครั้ง (20-700 บาท) หรือเฉลี่ย 1.63 ตัว (0.25-10 ตัว)

ตารางที่ 5.5 ผู้บริโภคไถ่อย่างในท้องถิ่นและนอกท้องถิ่น

แหล่งข้อมูล	ผู้บริโภคในท้องถิ่น	ผู้บริโภคนอกท้องถิ่น
ร้านจำหน่ายไถ่อย่าง	44.81	55.19
ผู้บริโภคไถ่อย่าง	38.29	67.71
เฉลี่ย	41.55	61.45

ตารางที่ 5.6 เหตุผลของการเลือกซื้อไถ่อย่างของผู้บริโภค

เหตุผลในการเลือกซื้อไถ่อย่าง	จำนวนคำตอบ	ร้อยละ
รสชาติ/ความอร่อย	234	32.91
ความสะดวก	152	21.38
ราคาเหมาะสม	130	18.28
ความน่ารับประทาน	117	16.46
ชื่อเสียง	29	4.08
มีคนแนะนำ	24	3.38
อื่นๆ	17	2.39
โฆษณา/ประชาสัมพันธ์	8	1.13
รวม	711	100

5.9 ความรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับพันธุ์ไถ่ที่นำมาทำไถ่อย่าง

ผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่ทราบว่าไถ่อย่างที่ตนเองบริโภคเป็นไถ่พันธุ์อะไร คิดเป็นร้อยละ 45.45 ทราบว่าเป็นไถ่ชี(ไถ่ไข่เทศผู้) คิดเป็นร้อยละ 12.94 ทราบว่าทำมาจากไถ่พันธุ์พื้นเมือง ไถ่

เนื้อ ไก่ลูกผสมพื้นเมือง และ ไก่ลูกผสม 3 สายเลือด คิดเป็นร้อยละ 12.94, 12.59, 3.15 และ 6.29 ตามลำดับ (ตารางที่ 5.8)

ตารางที่ 5.7 จุดประสงค์ของการซื้อไก่ย่างของผู้บริโภค

จุดประสงค์ของการซื้อไก่ย่าง	ร้อยละ
รับประทานเอง	59.01
ฝากเพื่อน/ญาติ	25.45
เลี้ยงรับรองแขก	9.68
ทำบุญ	5.18
อื่นๆ	0.68
รวม	100

ตารางที่ 5.8 ความรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับพันธุ์ไก่ที่นำมาทำไก่ย่าง

พันธุ์ไก่ที่นำมาทำไก่ย่าง	ร้อยละ
ไก่พันธุ์พื้นเมือง	12.94
ไก่ลูกผสมพื้นเมือง	3.15
ไก่เนื้อ	12.59
ไก่ซี(ไก่ไข่เทศผู้)	19.58
ไก่ลูกผสม 3 สายเลือด	6.29
ไม่ทราบ	45.45
รวม	100.00

ตารางที่ 5.9 พันธุ์ไก่กับความชอบในการบริโภคไก่ย่าง

พันธุ์ไก่	ร้อยละ
ไก่พื้นเมือง	68.4
ไก่ซี(ไก่ไข่เทศผู้)	14.5
ไก่ลูกผสม 3 สาย	11.9
ไก่ลูกผสมพื้นเมือง	3.0
ไก่เนื้อ	2.2
รวม	100.0

5.10 พันธุ์ไม้กับความชอบในการบริโภคไม้ยาง

ผู้บริโภคนิยมบริโภคไม้ยางที่ทำมาจากไม้พื้นเมืองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 68.4 รองลงมา เป็น นิยมบริโภคไม้เนื้อ ไม้สี (ไม้ใบเทศ) ไม้ลูกผสม 3 สาย และไม้ลูกผสมพื้นเมือง คิดเป็นร้อยละ 2.2, 14.50, 11.90, และ 3.0 ตามลำดับ (ตารางที่ 5.9)

โดยภาพรวมปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อไม้ยางคือ รสชาติของไม้ยาง คิดเป็นร้อยละ 36.83 มีไขมันน้อย เนื้อเหนียว และเนื้อนุ่ม คิดเป็นร้อยละ 18.86, 18.86 และ 9.07 หากแยกเป็นความชอบไม้ยางในแต่ละสายพันธุ์ ไม้ (ตารางที่ 5.10) สรุปได้ดังนี้

ผู้บริโภคชอบไม้ยางที่ทำจากไม้พันธุ์พื้นเมือง เพราะชอบในรสชาติของไม้พื้นเมือง คิดเป็นร้อยละ 39.19 ชอบเพราะไม้พื้นเมืองมีไขมันน้อย เนื้อนุ่ม และเนื้อเหนียว คิดเป็นร้อยละ 13.78, 12.16 และ 22.43 ตามลำดับ

ผู้บริโภคชอบไม้ยางที่ทำจากไม้ลูกผสมพื้นเมืองเพราะ ชอบรสชาติของไม้ลูกผสมพื้นเมือง คิดเป็นร้อยละ 54.55 รองลงมาคือ หนังกروبและเนื้อเหนียว คิดเป็นร้อยละ 18.18 ที่เท่ากัน และมีไขมันน้อย คิดเป็นร้อยละ 9.09

ผู้บริโภคชอบไม้ยางที่ทำจากไม้เนื้อ ชอบในรสชาติของไม้ คิดเป็นร้อยละ 30.49 รองลงมา คือ มีไขมันน้อย หนังกروب เนื้อเหนียวและมีไขมันมาก คิดเป็นร้อยละ 29.27, 13.41, 8.54 และ 8.54 ตามลำดับ

ผู้บริโภคชอบไม้ยางที่ทำจากไม้สี (ไม้ใบเทศ) เพราะรสชาติของไม้และเนื้อนุ่ม ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 30.86 รองลงมาคือ มีเนื้อเหนียว และไขมันมาก คิดเป็นร้อยละ 13.58 และ 12.35 และผู้บริโภคชอบไม้ยางที่ทำจากไม้ลูกผสม 3 สายพันธุ์เพราะรสชาติของไม้ คิดเป็นร้อยละ 33.33 รองลงมาคือ มีไขมันน้อย มีเนื้อเหนียว และไขมันมาก คิดเป็นร้อยละ 27.78, 16.67, และ 16.67 ตามลำดับ

5.11 ราคาไม้ยางที่ทำจากไม้ลูกผสมพื้นเมือง

การยอมรับราคาไม้ยางจากไม้ลูกผสมพื้นเมือง พบว่า ร้อยละ 49.81 ของผู้บริโภคมักรับราคาไม้ยางที่ทำจากไม้ลูกผสมพื้นเมืองสูงกว่าราคาไม้ยางที่ทำจากไม้สีได้ถึง 10% ร้อยละ 32.34 ของผู้บริโภคมักรับราคาไม้ลูกผสมพื้นเมืองที่สูงกว่าไม้สีได้ถึง 20% และ ร้อยละ 8.92 ของผู้บริโภคมักรับราคาไม้ยางที่ทำจากไม้ลูกผสมพื้นเมืองสูงกว่าราคาไม้ยางที่ทำจากไม้สีได้ถึง 30%

ตารางที่ 5.10 ปัจจัยความชอบที่มีผลต่อการซื้อไก่ย่าง

เหตุผล	สายพันธุ์ไก่					
	ไก่พื้นเมือง	ไก่ลูกผสมพื้นเมือง	ไก่เนื้อ	ไก่ไข่เพศผู้	ไก่ลูกผสม 3 สาย	รวม
รสชาติของไก่	39.19	54.55	30.49	30.86	33.33	36.83
เนื้อนุ่ม	12.16	-	4.88	1.23	5.56	9.07
มีไขมันน้อย	13.78	9.09	29.27	30.86	27.78	18.86
หนังกรอบ	3.78	18.18	13.41	6.17	-	5.69
เนื้อเหนียว	22.43	18.18	8.54	13.58	16.67	18.86
เนื้อมาก	0.81	-	3.66	3.7	-	1.6
มีไขมันมาก	5.68	-	8.54	12.35	16.67	7.3
อื่นๆ	2.16	-	1.22	1.23	-	1.78
รวม	100	100	100	100	100	100

5.12 ปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจซื้อไก่ย่าง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อไก่ย่างของผู้บริโภคใน 4 ปัจจัยคือ 1) ปัจจัยที่เกี่ยวกับตัวสินค้า 2) ราคาสินค้า 3) สถานที่จัดจำหน่าย และ 4) การส่งเสริมการตลาด ผลการศึกษาพบว่า ตัวสินค้ามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อไก่ย่างของผู้บริโภคมากที่สุด รองลงมาคือ สถานที่จัดจำหน่าย ราคาสินค้า และการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ รายละเอียดของแต่ละปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อไก่ย่าง (ดังตารางที่ 5.11) ดังนี้

ปัจจัยด้านตัวสินค้า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับรสชาติ/ความอร่อยมากที่สุด รองมาเป็นเรื่องความสะดวก/ความปลอดภัย ความน่ารับประทาน มีอาหารหลากหลาย และความมีชื่อเสียงตามลำดับ

ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากกับความสะอาด/สวยงามของร้านเป็นสำคัญ รองลงมาเกี่ยวกับสถานที่จอดรถและเพียงพอ ตามลำดับ

ปัจจัยด้านราคาสินค้า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับราคาที่เหมาะสมเป็นอันดับแรก รองมาเป็นเรื่องการมีสินค้าหลายราคาให้เลือกซื้อ และสามารถต่อรองราคาได้ ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุดกับมารยาท/การบริการ/สภาพ รongมาเป็นเรื่องป้ายชื่อ ราคา การโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ และมีการตอบแทนผู้แนะนำตามลำดับ

ความชอบในการบริโภคไถ่อย่างของผู้บริโภคโดยภาพรวม (ตารางที่ 5.12) ผู้บริโภคให้ความสนใจเกี่ยวกับรสชาติของไถ่ (ร้อยละ 36.83) รongมาเป็นเนื้อนุ่มและไขมันน้อย (เท่ากับร้อยละ 18.86) ความเหนียวของเนื้อ และความกรอบของหนังไถ่ คิดเป็นร้อยละ 9.07 และ 7.30 ตามลำดับ หากพิจารณาความชอบไถ่อย่างโดยจำแนกตามสายพันธุ์ไถ่ พบว่า

ผู้บริโภคชอบไถ่อย่างที่ทำมาจากไถ่พื้นเมืองเพราะ รสชาติของไถ่ (ร้อยละ 39.19) รongมาเป็นเรื่องไขมันน้อย (ร้อยละ 22.43) เนื้อนุ่ม (ร้อยละ 13.78) และเนื้อเหนียว (ร้อยละ 12.16)

ผู้บริโภคชอบไถ่อย่างที่ทำจากไถ่ลูกผสมพื้นเมืองเพราะ รสชาติของไถ่ (ร้อยละ 54.55) รongมาเป็นเรื่อง มีเนื้อนุ่มและไขมันน้อย (ร้อยละ 18.18)

ผู้บริโภคชอบไถ่อย่างที่ทำจากไถ่เนื้อเพราะ รสชาติของไถ่ (ร้อยละ 30.48) รongมาเป็นเรื่องเนื้อนุ่มและไขมันน้อย (ร้อยละ 29.27 และ 13.41)

ผู้บริโภคชอบไถ่อย่างที่ทำจากไถ่ไขเพศผู้หรือไถ่ชีเพราะ รสชาติของไถ่และเนื้อนุ่ม (ร้อยละ 30.86) และไขมันน้อย (ร้อยละ 13.58)

ผู้บริโภคชอบไถ่อย่างที่ทำจากไถ่ลูกผสม 3 สาย เพราะ รสชาติของไถ่ (ร้อยละ 33.33) รongมาเป็นเรื่อง เนื้อนุ่มไขมันน้อยและหนังกรอบ (ร้อยละ 16.67)

5.13 ต้นทุนไถ่อย่าง

ดังที่ได้กล่าวในเบื้องต้นแล้วว่า ไถ่ที่ใช้ในธุรกิจไถ่อย่างเกือบทั้งหมดเป็นไถ่ไขเพศผู้ หรือไถ่ชี นานครั้งจะมีไถ่อย่างที่ทำจากไถ่พื้นเมืองและไถ่สามสายเลือด ไถ่ไขเพศผู้ทั้งหมดรับมาจากฟาร์มเลี้ยงไถ่ทั้งของเอกชนและเกษตรกรรายย่อย ในปี พ.ศ. 2551 ผู้รวบรวมรับไถ่มีชีวิตมาราคาเฉลี่ย 45.67 บาทต่อกิโลกรัม (45-50 บาทต่อกิโลกรัม) ร้านค้าไถ่อย่างซื้อไถ่ชำแหละในราคากิโลกรัมละ 50.50 บาท (50-55 บาทต่อกิโลกรัม) ผู้บริโภคซื้อไถ่อย่างในราคาเฉลี่ย 77.88 บาทต่อดัง โดยทั่วไปไถ่มีชีวิตที่นำมาอย่างมีน้ำหนักเฉลี่ย 0.76 กิโลกรัม (0.70-0.80 กิโลกรัม) จำหน่ายในราคาไถ่อย่าง 70-80 บาทต่อดัง หากไถ่ที่นำมาอย่างมีน้ำหนัก 1.0-1.2 กิโลกรัม ราคาไถ่อย่าง 90-100 บาทต่อดัง หากพิจารณาส่วนต่างของธุรกิจไถ่อย่างพบว่า ส่วนต่างของราคาไถ่ระหว่างผู้รวบรวมกับร้านค้าไถ่อย่างเท่ากับ 4.83 บาทต่อกิโลกรัม ส่วนต่างของราคาไถ่ระหว่างร้านค้าไถ่อย่างกับผู้บริโภคเท่ากับ 51.97 บาทต่อกิโลกรัม อย่างไรก็ตาม พบว่า ในช่วงปลายปี พ.ศ. 2551 จนถึงปัจจุบัน ฟาร์มผลิตไถ่ชีส่งไถ่มีชีวิตที่มีน้ำหนักตัวเพิ่มขึ้น เป็น 1.0-1.2 กิโลกรัม ไถ่อย่างที่จำหน่ายจึงมีตัวขนาดใหญ่ขึ้น

ต้นทุนการผลิตไถ่อย่าง (1 กิโลกรัมไถ่มีชีวิต และไม่รวมค่าแรง) ประกอบด้วย ไถ่ชีซ่าและเครื่องปรุง ถ่าน ไม้เสียบไถ่ กระดาษห่อ ถุง ขางรัด น้ำจิ้มไถ่ และอื่นๆ รวมต้นทุนการผลิตไถ่อย่างเฉลี่ย 63.64 บาทต่อตัว (58.65-65.30 บาทต่อกิโลกรัม) ราคาขาย 70-80 บาทต่อตัว ไถ่ไรต่อตัวประมาณ 15.86 บาท(11.40-21.35 บาท) ร้านค้าไถ่อย่างจำหน่ายไถ่ได้โดยเฉลี่ย 34.68 ตัวต่อวัน (จำนวนเงิน 2427.6-2774.4 บาทต่อวัน) ในแต่ละวันได้กำไรจากไถ่อย่างโดยเฉลี่ย 550.02 บาทต่อร้านค้า

ตารางที่ 5.11 ปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจซื้อไถ่อย่าง

ปัจจัย	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (N=269)
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	
เกี่ยวกับตัวสินค้า						3.88
ความน่ารับประทาน	430	536	138	2	2	4.12
รสชาติ/ความอร่อย	565	512	81	0	1	4.31
ความสะอาด/ความปลอดภัย	615	380	138	8	1	4.25
ความมีชื่อเสียง	160	224	414	66	10	3.25
อาหารหลากหลาย	210	348	303	66	6	3.47
เกี่ยวกับราคาสินค้า						3.50
ราคาเหมาะสม	415	300	315	10	1	3.87
มีหลายราคาให้เลือกซื้อ	185	320	342	62	7	3.41
สามารถต่อรองราคาได้	215	216	324	90	19	3.21
เกี่ยวกับสถานที่จัดจำหน่าย						3.71
ที่จอดรถได้สะดวกและเพียงพอ	270	324	327	40	5	3.59
ร้านค้าสะอาด/สวยงาม	400	336	264	26	4	3.83
เกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาด						3.27
ป้ายชื่อราคา	160	248	327	92	20	3.15
มารยาท/การบริการ/สุภาพ	445	368	231	20	1	3.96
การโฆษณา/ประชาสัมพันธ์	115	248	360	102	13	3.12
มีการตอบแทนผู้แนะนำ	110	188	300	142	29	2.86

ตารางที่ 5.12 ความชอบในการบริโภคไก่ย่าง จำแนกตามสายพันธุ์ไก่

เหตุผล	ความชอบในการบริโภคไก่ย่าง (ร้อยละ)					
	ไก่พื้นเมือง	ไก่ลูกผสมพื้นเมือง	ไก่เนื้อ	ไก่ไข่เพศผู้	ไก่ลูกผสม 3 สาย	รวม
1.รสชาติของไก่	39.19	54.55	30.49	30.86	33.33	36.83
2.เนื้อเหนียว	12.16	-	4.88	1.23	5.56	9.07
3.เนื้อนุ่ม	13.78	9.09	29.27	30.86	27.78	18.86
4.เนื้อมาก	3.78	18.18	13.41	6.17	-	5.69
5.มีไขมันน้อย	22.43	18.18	8.54	13.58	16.67	18.86
6.มีไขมันมาก	0.81	-	3.66	3.7	-	1.60
7.หนังกรอบ	5.68	-	8.54	12.35	16.67	7.30
8.อื่นๆ	2.16	-	1.22	1.23	-	1.78
รวม (N = 562)	100	100	100	100	100	100.00

5.14 ความเป็นไปได้ในการใช้ไก่พื้นเมืองหรือลูกผสมพื้นเมืองเชิงพาณิชย์ในธุรกิจไก่ย่าง

ในปัจจุบัน แม้ว่าไก่ที่นำมาทำไก่ย่างเกือบทั้งหมดเป็นไก่ไข่เพศผู้(ซี) แต่ความสนใจไก่ย่างที่ทำจากไก่พื้นเมืองและลูกผสมพื้นเมืองทั้งของผู้ชำแหละไก่และผู้จำหน่ายไก่ย่าง คิดเป็นร้อยละ 33.3 และ ร้อยละ 31.4 ตามลำดับ

ผู้บริโภคนิยมบริโภคไก่ย่างที่ทำมาจากไก่พื้นเมืองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 68.4 (แม้ว่าร้อยละ 45 ของผู้บริโภคจำแนกไม่ได้ว่าไก่ย่างที่ตนบริโภคมาจากไก่พันธุ์อะไร) และผู้บริโภคยังยอมรับราคาไก่ย่างที่ทำจากไก่ลูกผสมพื้นเมืองที่ราคาสูงกว่าราคาไก่ย่างที่ทำจากไก่ไข่เพศผู้หรือไก่ซีได้ 10-20% คิดเป็นร้อยละ 82.15 (ตารางที่ 5.13)

จากข้อมูลทั้งจากผู้ชำแหละไก่ ผู้จำหน่ายไก่ย่าง และผู้บริโภค สรุปได้ว่า ไก่พื้นเมืองหรือลูกผสมพื้นเมืองสามารถเข้ามาสู่ธุรกิจไก่ย่างในอนาคตได้อย่างแน่นอน หากสามารถผลิตไก่พื้นเมืองหรือลูกผสมพื้นเมืองป้อนให้ร้านจำหน่ายไก่ย่างได้ ดังตัวอย่าง ร้านจำหน่ายไก่ย่างท่าพระ ในจังหวัดขอนแก่น ซึ่งได้ใช้ลูกผสมพื้นเมืองของบริษัท ตะนาวศรีไก่ไทย จำกัด มาผลิตเป็นไก่ย่างมานานพอสมควร

ตารางที่ 5.13 การยอมรับราคาไก่ย่างที่ทำจากไก่ลูกผสมพื้นเมืองเปรียบเทียบกับไก่ย่างทั่วไป

ราคาสูงกว่า	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ประมาณ 10%	134	49.81
ประมาณ 20%	87	32.34
ประมาณ 30%	24	8.92
เท่ากับราคาไก่ย่างทั่วไป	24	8.92
รวม	269	100

5.15 ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

1. กรมปศุสัตว์ควรดำเนินการปรับปรุงพันธุ์ไก่พื้นเมือง 4 พันธุ์คือ พันธุ์เหลืองหางขาว พันธุ์ประดู่หางดำ พันธุ์แดง และพันธุ์ซี เพื่อเป็นพันธุ์ต้นแบบ นำไปผลิตไก่ลูกผสมพื้นเมือง ร่วมกับไก่พันธุ์การค้า ให้มีอัตราการเจริญเติบโตเท่ากับหรือใกล้เคียงไก่ไข่มุขผู้ที่เป็นวัสดุดิบไก่ย่างในปัจจุบัน กล่าวคือ มีอัตราการเจริญเติบโตสูง น้ำหนักตัวประมาณ 1.0 กิโลกรัม ในเวลาเลี้ยง 2 เดือน
2. ภาครัฐควรสนับสนุนให้ภาคเอกชนผลิตลูกไก่ลูกผสมเป็นการค้าในปริมาณที่ค่อนข้างมาก และสม่ำเสมอ แล้วส่งให้เกษตรกรรายย่อยเลี้ยงไก่ส่งธุรกิจไก่ย่างต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กรมปศุสัตว์. 2542. การอนุรักษ์และพัฒนาสัตว์พื้นเมืองของกรมปศุสัตว์. โครงการวิจัยความหลากหลายทางชีวภาพด้านปศุสัตว์ 2542-2546, สวัสดิ์ ธรรมบุตร และวนิดา กำเนิดเพ็ชร บรรณาธิการ, กรมปศุสัตว์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. กรุงเทพฯ.
- เกรียงไกร โชประการ และคณะ. 2543. ไก่พื้นเมืองและไก่ลูกผสมพื้นเมือง : อดีตและปัจจุบัน. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- เกรียงไกร โชประการ. 2551. ไก่พื้นเมืองไทย : อาหารเพื่อสุขภาพ หนึ่งในเป้าหมายหลักของชุดโครงการ:การพัฒนาไก่พื้นเมือง.
http://22rescom.trf.or.th2display2show_colum.php?id_colum=333 ค้นข้อมูลเมื่อ 14 ตุลาคม 2551.
- โนม บุญจันทร์. 2551 การเลี้ยงไก่พื้นเมืองลูกผสม. <http://www.eto.ku.ac.th/neweto/e-book/animal/animal8.pdf> ค้นข้อมูลวันที่ 18 พฤศจิกายน 2551.
- ชูศักดิ์ ประภาสสวัสดิ์ และเทิดศักดิ์ อินทรักษ์. 2551. รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์. โครงการการสร้างฝูงไก่พันธุ์ซี. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, กรุงเทพฯ.
- ทวีศิลป์ จินด้าง, ประพฤทธิ์ จงใจภักดิ์ และอุดมศรี อินทรโชติ. 2551. รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์. โครงการการสร้างฝูงไก่พันธุ์แดง. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, กรุงเทพฯ.
- ธีระชัย ช่อแก้ว, เฉลิมพล บุญเจือ และอุดมศรี อินทรโชติ. 2551. รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์. โครงการการสร้างฝูงไก่พันธุ์เหลืองหางขาว. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, กรุงเทพฯ.
- พิเชฐ เหลืองทองคำ, วสันต์ จันทรสนิท, ชัยพร สร้อยคำ, ไพรัตน์ ศรีแสง และวารุณี รัตนพร. 2543. การศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งตลาดนัดไก่พื้นเมืองในจังหวัดเลย. ประมวลเรื่องงานประชุมวิชาการสัตวแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ครั้งที่ 1, 24-25 มกราคม 2543. น.106-115.
- สวัสดิ์ ธรรมบุตร, พิทยา นามแดง และวีระชัย โพธิวาระ. 2531. การเลี้ยงไก่พื้นเมืองในระบบของเกษตรกรภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. รายงานการประชุมสัมมนาวิชาการเกษตร : ไก่พื้นเมือง ครั้งที่ 2, สำนักงานเกษตรภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, ขอนแก่น.
- สวัสดิ์ ธรรมบุตร และคณะ. 2550 ไก่พื้นเมือง <http://www.dld.go.th/service/webeggs/natityle.html>
 ค้นข้อมูลวันที่ 13 ตุลาคม 2550

หนึ่งฤทัย พรหมวาที และคณะ. 2543. ระดับแอนติบอดีที่ตอบสนองต่อวัคซีนป้องกันโรคนิวคาล
เซลในไก่พื้นเมืองไทยพันธุ์ซี.

อำนวย เลี้ยวธารากุล, พชรินทร์ สนธิไพโรจน์ และจารุณี ปัญญาวิรุ. 2540. อิทธิพลของพันธุ์,
ฤดูกาล และวิธีการผสมพันธุ์ที่มีต่อการฟักไข่ในตู้ฟัก. รายงานผลงานวิจัยประจำปี 2539-
2540. หน้า 133-139, ศูนย์วิจัยและบำรุงพันธุ์สัตว์เชียงใหม่ สำนักงานปศุสัตว์เขต 5
เชียงใหม่.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

ตารางผลการศึกษาตลาดไก่พื้นเมืองและลูกผสมพื้นเมือง

ตารางผนวกที่ 4.1 ผู้รวบรวมไก่ จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	3	16.67
หญิง	16	83.33
รวม	19	100

ตารางผนวกที่ 4.2 ผู้รวบรวมไก่ จำแนกตามช่วงอายุ

อายุ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
20-29 ปี	2	8.33
30-39 ปี	5	25.00
40-49 ปี	10	50.00
50-59 ปี	2	8.33
60 ปีขึ้นไป	2	8.33
รวม	19	100.00

ตารางที่ 4.3 ระดับการศึกษาของผู้รวบรวมไก่พื้นเมือง/ ลูกผสมพื้นเมือง

ระดับการศึกษา	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมปลาย	19	100.00
รวม	19	100.00

ตารางผนวกที่ 4.4 รายได้ของผู้ที่รวบรวมไก่ (บาทต่อเดือน)

รายได้	จำนวน(คน)	ร้อยละ
5,001-10,000 บาท	5	25.00
10,001-15,000 บาท	6	33.33
15,001-20,000 บาท	5	25.00
20,001-25,000 บาท	2	8.33
มากกว่า 25,000 บาท	2	8.33
รวม	19	100.00

ตารางผนวกที่ 4.5 อาชีพของผู้รวบรวมไก่

อาชีพ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
อาชีพหลัก	8	41.67
อาชีพเสริม	11	58.33
รวม	19	100

ตารางผนวกที่ 4.6 อาชีพหลักของผู้รวบรวมไก่ ที่รวบรวมไก่เป็นอาชีพเสริม

อาชีพหลัก	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ธุรกิจส่วนตัว	2	18.18
เกษตรกร	6	54.54
ค้าขาย	3	27.27
รวม	11	100.00

ตารางผนวกที่ 4.7 ปริมาณและราคาไก่ที่รับซื้อในแต่ละช่วง/เทศกาลเมื่อเปรียบเทียบกับช่วงปกติ)

เทศกาล	ปริมาณไก่เมื่อเทียบกับช่วงปกติ(เท่า)
ปีใหม่	1.71
ตรุษจีน	3.21
สงกรานต์	1.74
ต้นฝน/ก่อนทำนา	2.66
ปลายฝน/เก็บเกี่ยวข้าว	2.13

ตารางผนวกที่ 4.8 ผู้จำหน่ายไก่ชำแหละ จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	7	25
หญิง	20	75
รวม	26	100

ตารางผนวกที่ 4.9 ผู้จำหน่ายไก่ชำแหละ จำแนกตามช่วงอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
20-29 ปี	3	10
30-39 ปี	7	25
40-49 ปี	12	45
50-59 ปี	4	15
60 ปีขึ้นไป	1	5
รวม	26	100

ตารางผนวกที่ 4.10 ระดับการศึกษาของผู้จำหน่ายไก่ชำแหละ

ระดับการศึกษา	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมปลาย	25	95
มัธยมปลาย/ปวช.	1	5
รวม	26	100

ตารางผนวกที่ 4.11 รายได้ของผู้จำหน่ายไก่บ้านชำแหละ

รายได้ (บาทต่อเดือน)	จำนวน(คน)	ร้อยละ
5,001-10,000 บาท	4	15
10,001-15,000 บาท	10	40
15,001-20,000 บาท	5	20
20,001-25,000 บาท	5	20
มากกว่า 25,000 บาท	1	5
รวม	26	100

ตารางผนวกที่ 4.12 การประกอบอาชีพของผู้จำหน่ายไก่บ้านชำแหละ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อาชีพหลัก	17	65
อาชีพเสริม	9	35
รวม	26	100

ตารางผนวกที่ 4.13 อาชีพหลักของผู้จำหน่ายไก่บ้านชำแหละที่จำหน่ายไก่บ้านเป็นอาชีพเสริม

อาชีพหลัก	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ธุรกิจส่วนตัว	1	14.29
เกษตรกร	5	57.14
ค้าขาย	3	28.57

รวม	9	100.00
-----	---	--------

ตารางผนวกที่ 4.14 ปริมาณความต้องการไก่ชำแหละต่อผู้บริโภค

ชนิดไก่ที่ชำแหละ	ปริมาณความต้องการ(ร้อยละ)		
	ไม่เพียงพอ	เพียงพอ	รวม
ไก่พื้นเมือง	1	18	19
ไก่ลูกผสมพื้นเมือง	0	7	7
รวม	1	25	26

ตารางผนวกที่ 4.15 แหล่งจำหน่ายไก่ชำแหละ

แหล่งจำหน่ายไก่	จำนวน	ปริมาณ (%)	น้ำหนัก(กก./ตัว)
ร้านไก่ย่าง	8	27.58	1.31
ผู้ซื้อทั่วไป	19	65.51	1.36
อื่นๆ	2	6.89	1.6
รวม	29	100.00	

ตารางผนวกที่ 4.16 ปริมาณไก่และราคาจำหน่ายในแต่ละช่วงเวลา/เทศกาล

เทศกาล	สัดส่วนของไก่เปรียบเทียบ กับช่วงปกติ (เท่า)	ราคาเฉลี่ย (บาท/กก.)	จำนวน(วัน)
ปีใหม่	1.81	105.56	4
ตรุษจีน	3.23	105.56	3
สงกรานต์	1.84	106.47	4
ต้นฝน/ก่อนทำนา	0	0	0
ปลายฝน/เก็บเกี่ยวข้าว	1.55	90	7
อื่นๆ	0	0	0

ตารางผนวกที่ 4.17 แหล่งผลิตไถ่ที่นำมาชำแหละ

แหล่งผลิต	ร้อยละ
ฟาร์มเอกชน	19.23
เกษตรกรรายย่อย (ชาวบ้านทั่วไป)	42.31
ผู้รวบรวมไถ่	30.77
อื่นๆ	7.69
รวม	100.00

ภาคผนวก ข

ตารางผลการศึกษาตลาดไถ่อย่าง

ตารางผนวกที่ 5.1 ผู้รวบรวมไถ่ จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	2	33.33
หญิง	4	66.67
รวม	6	100

ตารางผนวกที่ 5.2 ผู้รวบรวมไถ่ จำแนกตามช่วงอายุ

อายุ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
30-39 ปี	4	66.67
40-49 ปี	1	16.67
60 ปีขึ้นไป	1	16.67
รวม	6	100

ตารางที่ 5.3 ระดับการศึกษาของผู้รวบรวมไถ่

ระดับการศึกษา	จำนวน(คน)	ร้อยละ
มัธยมปลาย/ปวช.	2	33.33
อนุปริญญา/ปวศ.	2	33.33
ปริญญาตรี	2	33.33
รวม	6	100.00

ตารางที่ 5.4 รายได้ของผู้ที่รวบรวมไถ่

รายได้(บาท/เดือน)	จำนวน(คน)	ร้อยละ
20,001-25,000 บาท	1	16.67
มากกว่า 25,000 บาท	5	83.33
รวม	6	100

ตารางผนวกที่ 5.5 อาชีพของผู้รวบรวมไก่

อาชีพ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
อาชีพหลัก	5	83.33
อาชีพเสริม	1	16.67
รวม	6	100

ตารางผนวกที่ 5.6 อาชีพหลักของผู้รวบรวมไก่ที่การรวบรวมไก่เป็นอาชีพเสริม

อาชีพหลัก	จำนวน(คน)	ร้อยละ
เปิดร้านอาหารอีสาน	1	100
รวม	1	100

ตารางผนวกที่ 5.7 ผู้จำหน่ายไก่ย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ชาย	21	20
หญิง	84	80
รวม	105	100

ตารางผนวกที่ 5.8 ผู้จำหน่ายไก่ย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
20-29 ปี	8	7.62
30-39 ปี	33	31.43
40-49 ปี	36	34.29
50-59 ปี	22	20.95
60 ปีขึ้นไป	6	5.71
รวม	105	100

ตารางผนวกที่ 5.9 ระดับการศึกษาของผู้จำหน่ายไก่ย่าง

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมปลาย	69	65.71
มัธยมปลาย/ปวช.	18	17.14
อนุปริญญา/ปวส.	1	0.95
ปริญญาตรี	12	11.43
ปริญญาโท	1	0.95
สูงกว่าปริญญาโท	1	0.95
ไม่ตอบ	3	2.86
รวม	105	100

ตารางผนวกที่ 5.10 รายได้ของการประกอบอาชีพขายไก่ย่างต่อเดือน

รายได้(บาท/เดือน)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
5,001-10,000 บาท	10	9.52
10,001-15,000 บาท	27	25.71
15,001-20,000 บาท	19	18.10
20,001-25,000 บาท	16	15.24
มากกว่า 25,000 บาท	29	27.62
ไม่ตอบ	4	3.81
รวม	105	100

ตารางผนวกที่ 5.11 พันธุ์ไก่ที่นำมาทำไกย่างในรอบปี

ชนิด	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ไก่พื้นเมือง	1	0.94
ไก่ซี (ไก่ไข่เทศผู้)	104	98.11
ไก่สามสายเลือด	1	0.94
รวม	106	100.00

ตารางผนวกที่ 5.12 แหล่งจำหน่ายไก่ซีชำแหละ

ชนิด	จำนวน	แหล่งจำหน่ายไก่ซีชำแหละ			
		ผู้เลี้ยง	ผู้รวบรวม	ตลาดสด	หาซื้อเอง
ไก่พื้นเมือง	1	1	-	-	-
ไก่ซี (ไก่ไข่เทศผู้)	110	21	88	1	-
ไก่สามสายเลือด	1	-	1	-	-
รวม	106	22	89	1	-

ตารางผนวกที่ 5.13 ผู้บริโภคไกย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ชาย	150	55.76
หญิง	119	44.24
รวม	269	100

ตารางผนวกที่ 5.14 ผู้บริโภคไถ่อย่างจำแนกตามช่วงอายุ

อายุ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	54	20.07
20-29 ปี	81	30.11
30-39 ปี	56	20.82
40-49 ปี	47	17.47
50-59 ปี	27	10.04
60 ปีขึ้นไป	4	1.49
รวม	269	100

ตารางผนวกที่ 5.15 ผู้บริโภคไถ่อย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมปลาย	70	26.02
มัธยมปลาย/ปวช.	73	27.14
อนุปริญญา/ปวส.	27	10.04
ปริญญาตรี	89	33.09
ปริญญาโท	10	3.72
รวม	269	100

ตารางผนวกที่ 5.16 รายได้ของผู้บริโภคไถ่อย่าง

รายได้(บาท/เดือน)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 5,00 บาท	81	30.11
5,001-10,000 บาท	79	29.37
10,001-15,000 บาท	52	19.33
15,001-20,000 บาท	21	7.81
20,001-25,000 บาท	18	6.69
มากกว่า 25,000 บาท	14	5.20
ไม่ตอบ	4	1.49
รวม	269	100

ภาคผนวก ค

ID

แบบสัมภาษณ์ : ผู้รวบรวมไถ่มีชีวิต

โครงการ“ศึกษาความเป็นไปได้ในการผลิตไถ่พื้นเมืองเชิงพาณิชย์ในระดับชุมชน”

ผู้ให้สัมภาษณ์ ชื่อ.....ที่อยู่บ้านเลขที่..... บ้าน.....
 หมู่ที่..... ตำบล.....อำเภอ.....จังหวัด.....
 โทรศัพท์.....
 ผู้สัมภาษณ์ ชื่อ.....วันที่สัมภาษณ์.....

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทางเศรษฐกิจสังคมของผู้รวบรวมไถ่มีชีวิต

1. เพศ

เพศ ☐ 1) ชาย ☐ 2) หญิง

2. อายุ

- ☐ 1) ต่ำกว่า 20 ปี ☐ 2) 20-29 ปี
☐ 3) 30-39 ปี ☐ 4) 40-49 ปี
☐ 5) 50-59 ปี ☐ 6) 60 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

- ☐ 1) ต่ำกว่ามัธยมปลาย ☐ 2) มัธยมปลาย/ปวช.
☐ 3) อนุปริญญา/ปวส. ☐ 4) ปริญญาตรี
☐ 5) ปริญญาโท ☐ 6) สูงกว่าปริญญาโท

4. รายได้ของพ่อค้าผู้รวบรวมไถ่ต่อเดือน (รายได้ทั้งหมดจากทุกอาชีพรวมกัน)

- ☐ 1) ต่ำกว่า 5,000 บาท ☐ 2) 5,001-10,000 บาท
☐ 3) 10,001-15,000 บาท ☐ 4) 15,001-20,000 บาท
☐ 5) 20,001-25,000 บาท ☐ 6) มากกว่า 25,000 บาท
☐ 7) ระบุ..... บาท

5. ประสบการณ์ในการประกอบอาชีพรวบรวมไถ่ / จำหน่ายไถ่มาประมาณปี

6. การรวบรวมไถ่ของท่านถือว่าเป็นอาชีพ

- ☐ 1) อาชีพหลัก ☐ 2) อาชีพเสริม

7. ในกรณีที่ท่านเป็นอาชีพเสริม อาชีพหลักของท่าน คือ

- ☐ 1) ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ ☐ 2) พนักงานรัฐวิสาหกิจ ☐ 3) พนักงาน/ลูกจ้างเอกชน
☐ 4) ธุรกิจส่วนตัว ☐ 5) เกษตรกร ☐ 5) นักเรียน/นักศึกษา
☐ 7) อื่นๆ (ระบุ).....

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการรวบรวมและจำหน่ายไก่มีชีวิต

8. ปริมาณไก่ที่ท่านรวบรวมได้ใน ☐ แต่ละเดือน โดยเฉลี่ย ประมาณ กิโลกรัม
☐ แต่ละวัน โดยเฉลี่ย ประมาณ กิโลกรัม

9. ไก่ที่ท่านรวบรวมได้มีพันธุ์อะไรบ้าง คิดเป็นสัดส่วนประมาณกี่เปอร์เซ็นต์ในรอบปี

- ☐ 1) ไก่พื้นเมือง จำนวน เปอร์เซ็นต์ ราคาเฉลี่ย บาท/กก.
 น้ำหนักเฉลี่ย.....กก/ตัว
- ☐ 2) ไก่ลูกผสมพื้นเมือง จำนวน เปอร์เซ็นต์ ราคาเฉลี่ย บาท/กก.
 น้ำหนักเฉลี่ย.....กก/ตัว
- ☐ 3) ไก่เนื้อ จำนวน เปอร์เซ็นต์ ราคาเฉลี่ย บาท/กก.
 น้ำหนักเฉลี่ย.....กก/ตัว
- ☐ 4) ไก่ซี (ไก่ไขเพศผู้) จำนวน เปอร์เซ็นต์ ราคาเฉลี่ย บาท/กก.
 น้ำหนักเฉลี่ย.....กก/ตัว
- ☐ 5) ไก่ไขปลดระหว่าง/คัดทิ้ง จำนวน เปอร์เซ็นต์ ราคาเฉลี่ย บาท/กก.
 น้ำหนักเฉลี่ย.....กก/ตัว
- ☐ 6) อื่นๆ ระบุ จำนวน เปอร์เซ็นต์ ราคาเฉลี่ย บาท/กก.
 น้ำหนักเฉลี่ย.....กก/ตัว

10. ปริมาณและราคาไก่ที่รับซื้อในแต่ละช่วงเวลา / เทศกาล เป็นอย่างไร (เปรียบเทียบกับปกติ)

- ☐ 1) ปีใหม่ จำนวน เปอร์เซ็นต์ ราคาเฉลี่ย บาท/กก.
- ☐ 2) ตรุษจีน จำนวน เปอร์เซ็นต์ ราคาเฉลี่ย บาท/กก.
- ☐ 3) สงกรานต์ จำนวน เปอร์เซ็นต์ ราคาเฉลี่ย บาท/กก.
- ☐ 4) ต้นฝน/ก่อนทำนา จำนวน เปอร์เซ็นต์ ราคาเฉลี่ย บาท/กก.
- ☐ 5) ปลายฝน/เก็บเกี่ยวข้าว จำนวน เปอร์เซ็นต์ ราคาเฉลี่ย บาท/กก.
- ☐ 6) อื่นๆ ระบุ จำนวน เปอร์เซ็นต์ ราคาเฉลี่ย บาท/กก.

11. ท่านรวบรวมไก่มาจากแหล่งใดบ้าง คิดเป็นสัดส่วนประมาณกี่เปอร์เซ็นต์ในรอบปี

- ☐ 1) ฟาร์มเอกชน/บริษัท จำนวน เปอร์เซ็นต์
- ☐ 2) เกษตรกรที่เลี้ยงไก่เป็นรายได้หลัก จำนวน เปอร์เซ็นต์
- ☐ 3) เกษตรกรที่เลี้ยงไก่เป็นรายได้เสริม จำนวน เปอร์เซ็นต์
- ☐ 4) เกษตรกรรายย่อย (ชาวบ้านทั่วไป) จำนวน เปอร์เซ็นต์
- ☐ 5) อื่นๆ ระบุ จำนวน เปอร์เซ็นต์

12. ราคาจำหน่าย/ขายไก่ที่รวบรวมได้ (บาท/กิโลกรัม)

ชนิด	ไก่มีชีวิต	ไก่ชำแหละ
☐ 1) ไก่พื้นเมือง		
☐ 2) ไก่ลูกผสมพื้นเมือง		
☐ 3) ไก่เนื้อ		
☐ 4) ไก่ซี (ไก่ไขเพศผู้)		
☐ 5) ไก่ไขปลดระหว่าง/คัดทิ้ง		
☐ 6) อื่นๆ ระบุ		

13. จำหน่าย/ขาย ไก่ที่รวบรวมให้แก่ใครบ้าง คิดเป็นสัดส่วนประมาณกี่เปอร์เซ็นต์ ในรอบปี

☐ 1) ร้านไก่ย่าง	จำนวน	เปอร์เซ็นต์
☐ 2) ผู้รับไก่ไปชำแหละขาย	จำนวน	เปอร์เซ็นต์
☐ 2) ผู้รวบรวมไก่อื่น	จำนวน	เปอร์เซ็นต์
☐ 3) ผู้ซื้อทั่วไป	จำนวน	เปอร์เซ็นต์
☐ 4) อื่นๆ ระบุ	จำนวน	เปอร์เซ็นต์

14. โดยภาพรวม (ในรอบปี) ไก่ที่รวบรวมได้มีปริมาณเพียงพอกับความต้องการของผู้ซื้อหรือไม่

ชนิด	เพียงพอ	ไม่เพียงพอ	มากเกินไป
☐ 1) ไก่พื้นเมือง	☐	☐	☐
☐ 2) ไก่ลูกผสมพื้นเมือง	☐	☐	☐
☐ 3) ไก่เนื้อ	☐	☐	☐
☐ 4) ไก่ซี (ไก่ไขเพศผู้)	☐	☐	☐
☐ 5) ไก่ไขปลดระหว่าง/คัดทิ้ง	☐	☐	☐
☐ 6) อื่นๆ ระบุ	☐	☐	☐

15. ถ้ามีไก่ลูกผสมพื้นเมืองที่มีคุณภาพ / ราคาใกล้เคียงกับไก่พื้นเมือง ท่านคิดว่าจะมีผู้สนใจซื้อหรือไม่

☐ 1) สนใจ	เพราะ
☐ 2) ไม่สนใจ	เพราะ
☐ 3) ไม่แน่ใจ	เพราะ

16. ท่านคิดว่าปัญหา / อุปสรรค ในการรวบรวม และจำหน่ายไก่มีอะไรบ้าง

.....

.....

.....

17. ข้อเสนอแนะ/ข้อคิดเห็นอื่นๆ เกี่ยวกับการพัฒนาคุณภาพไก่พื้นเมือง

.....

ขอขอบพระคุณที่ให้ความกรุณาในการตอบแบบสอบถาม

ภาคผนวก ง

ID

แบบสัมภาษณ์ : ผู้จำหน่ายไก่บ้านชำแหละ

โครงการ“ศึกษาความเป็นไปได้ในการผลิตไก่พื้นเมืองเชิงพาณิชย์ในระดับชุมชน”

ผู้ให้สัมภาษณ์ ชื่อ.....ที่อยู่บ้านเลขที่..... บ้าน.....
 หมู่ที่..... ตำบล.....อำเภอ.....จังหวัด.....
 โทรศัพท์.....

ผู้สัมภาษณ์ ชื่อ..... วันที่สัมภาษณ์.....

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทางเศรษฐกิจสังคมของผู้รวบรวมไก่บ้านชำแหละ

1. เพศ

เพศ ☐ 1) ชาย ☐ 2) หญิง

2. อายุ

- ☐ 1) ต่ำกว่า 20 ปี ☐ 2) 20-29 ปี
☐ 3) 30-39 ปี ☐ 4) 40-49 ปี
☐ 5) 50-59 ปี ☐ 6) 60 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

- ☐ 1) ต่ำกว่ามัธยมปลาย ☐ 2) มัธยมปลาย/ปวช.
☐ 3) อนุปริญญา/ปวส. ☐ 4) ปริญญาตรี
☐ 5) ปริญญาโท ☐ 6) สูงกว่าปริญญาโท

4. รายได้พ่อค้า/แม่ค้าที่จำหน่ายไก่บ้านชำแหละ ต่อเดือน (รายได้ทั้งหมดจากทุกอาชีพรวมกัน)

- ☐ 1) ต่ำกว่า 5,000 บาท ☐ 2) 5,001-10,000 บาท
☐ 3) 10,001-15,000 บาท ☐ 4) 15,001-20,000 บาท
☐ 5) 20,001-25,000 บาท ☐ 6) มากกว่า 25,000 บาท
☐ 7) ระบุ..... บาท

5. ประสบการณ์ในการประกอบอาชีพจำหน่ายไก่บ้านชำแหละ ประมาณปี

6. การประกอบอาชีพจำหน่ายไก่บ้านชำแหละ ของท่านถือว่าเป็นอาชีพ

- ☐ 1) อาชีพหลัก ☐ 2) อาชีพเสริม

7. ในกรณีที่ท่านเป็นอาชีพเสริม อาชีพหลักของท่าน คือ

- ☐ 1) ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ ☐ 2) พนักงานรัฐวิสาหกิจ ☐ 3) พนักงาน/ลูกจ้างเอกชน
☐ 4) ธุรกิจส่วนตัว ☐ 5) เกษตรกร ☐ 5) นักเรียน/นักศึกษา
☐ 7) อื่นๆ (ระบุ).....

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการจำหน่ายไก่ของผู้จำหน่ายไก่ชำแหละ

8. ปริมาณไก่ที่ท่านจำหน่ายได้ใน ☐ แต่ละสัปดาห์ โดยเฉลี่ย ประมาณ กิโลกรัม
☐ แต่ละวัน โดยเฉลี่ย ประมาณ กิโลกรัม
9. โดยภาพรวมในแต่ละสัปดาห์ / แต่ละวัน ไก่ชำแหละ มีปริมาณเพียงพอกับความต้องการของผู้ซื้อหรือไม่
- | ชนิด | เพียงพอ | ไม่เพียงพอ | มากเกินไป | ปริมาณ (%) | บาท/กก. |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|------------|---------|
| ☐ 1) ไก่พื้นเมือง | ☐ | ☐ | ☐ | | |
| ☐ 2) ไก่ลูกผสมพื้นเมือง | ☐ | ☐ | ☐ | | |
10. ผู้ซื้อไก่ชำแหละมีใครบ้าง คิดเป็นสัดส่วนประมาณกี่เปอร์เซ็นต์
- | ชนิด | ปริมาณ (%) | น้ำหนัก (กก./ตัว) |
|--|------------|-------------------|
| ☐ 1) ร้านไก่ย่าง | | |
| ☐ 2) ผู้ซื้อทั่วไป | | |
| ☐ 3) อื่นๆ ระบุ | | |
11. ปริมาณและราคาไก่ที่ท่านจำหน่ายในแต่ละช่วงเวลา / เทศกาล เป็นอย่างไร (เปรียบเทียบกับปกติ= 100%)
- | | | | |
|---|-------------|------------------------------|-----------------|
| ☐ 1) ปีใหม่ | จำนวน | เปอร์เซ็นต์ ราคาเฉลี่ย | บาท/กก.วัน |
| ☐ 2) ตรุษจีน | จำนวน | เปอร์เซ็นต์ ราคาเฉลี่ย | บาท/กก.วัน |
| ☐ 3) สงกรานต์ | จำนวน | เปอร์เซ็นต์ ราคาเฉลี่ย | บาท/กก.วัน |
| ☐ 4) ต้นฝน/ก่อนทำนา | จำนวน | เปอร์เซ็นต์ ราคาเฉลี่ย | บาท/กก.วัน |
| ☐ 5) ปลายฝน/เก็บเกี่ยวข้าว | จำนวน | เปอร์เซ็นต์ ราคาเฉลี่ย | บาท/กก.วัน |
| ☐ 6) อื่นๆ ระบุ | จำนวน | เปอร์เซ็นต์ ราคาเฉลี่ย | บาท/กก.วัน |
12. ไก่ที่ท่านนำมาจำหน่ายได้มาจากแหล่งใดบ้าง คิดเป็นสัดส่วนประมาณกี่เปอร์เซ็นต์ ในรอบปี
- | | | |
|--|-------------|-------------|
| ☐ 1) ฟาร์มเอกชน/บริษัท | จำนวน | เปอร์เซ็นต์ |
| ☐ 2) เกษตรกรที่เลี้ยงไก่เป็นรายได้หลัก | จำนวน | เปอร์เซ็นต์ |
| ☐ 3) เกษตรกรที่เลี้ยงไก่เป็นรายได้เสริม | จำนวน | เปอร์เซ็นต์ |
| ☐ 4) เกษตรกรรายย่อย (ชาวบ้านทั่วไป) | จำนวน | เปอร์เซ็นต์ |
| ☐ 5) เลี้ยงจำหน่ายเอง | จำนวน | เปอร์เซ็นต์ |
| ☐ 6) ผู้รวบรวมไก่..... | จำนวน | เปอร์เซ็นต์ |
| ☐ 7) อื่นๆ ระบุ..... | จำนวน | เปอร์เซ็นต์ |
13. ถ้ามีไก่ลูกผสมพื้นเมืองที่มีคุณภาพ / ราคาใกล้เคียงกับไก่พื้นเมือง ท่านคิดว่าจะมีผู้สนใจซื้อหรือไม่
- | | |
|--------------------------------------|-------------|
| ☐ 1) สนใจ | เพราะ |
| ☐ 2) ไม่สนใจ | เพราะ |
| ☐ 3) ไม่แน่ใจ | เพราะ |

14. ท่านคิดว่าปัญหา / อุปสรรค ในการรวบรวม และจำหน่ายไก่มีอะไรบ้าง

.....

.....

.....

.....

.....

.....

15. ข้อเสนอแนะ/ข้อคิดเห็นอื่นๆ เกี่ยวกับการพัฒนาคุณภาพไก่พื้นเมือง

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณที่ให้ความกรุณาในการตอบแบบสอบถาม

ภาคผนวก จ

ID

แบบสัมภาษณ์ : ร้านจำหน่ายไถ่ย่าง

โครงการ“ศึกษาความเป็นไปได้ในการผลิตไก่พื้นเมืองเชิงพาณิชย์ในระดับชุมชน”

ผู้ให้สัมภาษณ์ ชื่อ.....ที่อยู่บ้านเลขที่..... บ้าน.....
 หมู่ที่..... ตำบล.....อำเภอ.....จังหวัด.....
 โทรศัพท์..... ชื่อร้าน.....
 ผู้สัมภาษณ์ ชื่อ..... วันที่สัมภาษณ์.....

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทางเศรษฐกิจสังคมของผู้จำหน่ายไถ่ย่าง

1. เพศ

เพศ ☐ 1) ชาย ☐ 2) หญิง

2. อายุ

- ☐ 1) ต่ำกว่า 20 ปี ☐ 2) 20-29 ปี
☐ 3) 30-39 ปี ☐ 4) 40-49 ปี
☐ 5) 50-59 ปี ☐ 6) 60 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

- ☐ 1) ต่ำกว่ามัธยมปลาย ☐ 2) มัธยมปลาย/ปวช.
☐ 3) อนุปริญญา/ปวส. ☐ 4) ปริญญาตรี
☐ 5) ปริญญาโท ☐ 6) สูงกว่าปริญญาโท

4. รายได้ทั้งหมดจากการประกอบอาชีพขายไถ่ย่าง โดยเฉลี่ยต่อเดือน

- ☐ 1) ต่ำกว่า 5,000 บาท ☐ 2) 5,001-10,000 บาท
☐ 3) 10,001-15,000 บาท ☐ 4) 15,001-20,000 บาท
☐ 5) 20,001-25,000 บาท ☐ 6) มากกว่า 25,000 บาท
☐ 7) ระบุ..... บาท

5. ประสบการณ์ในการประกอบอาชีพจำหน่ายไถ่ย่างประมาณปี

6. จำนวนแรงงานที่ใช้ร้านทั้งหมด (รวมเจ้าของร้าน) คน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการจำหน่ายไถ่อย่างของร้านจำหน่ายไถ่อย่าง

7. ไถ่ที่ท่านนำมาทำไถ่อย่างเป็นไถ่พันธุ์อะไรบ้าง คิดเป็นสัดส่วนประมาณกี่เปอร์เซ็นต์ ในรอบปี / (หรือเดือน)

- | | | | | |
|---|-------------|-------------|------------------|---------|
| ☐ 1) ไถ่พื้นเมือง | จำนวน | เปอร์เซ็นต์ | ราคาเฉลี่ย | บาท/ตัว |
| ☐ 2) ไถ่ลูกผสมพื้นเมือง | จำนวน | เปอร์เซ็นต์ | ราคาเฉลี่ย | บาท/ตัว |
| ☐ 3) ไถ่เนื้อ | จำนวน | เปอร์เซ็นต์ | ราคาเฉลี่ย | บาท/ตัว |
| ☐ 4) ไถ่ซี (ไถ่ไขเพศผู้) | จำนวน | เปอร์เซ็นต์ | ราคาเฉลี่ย | บาท/ตัว |
| ☐ 5) ไถ่สามสายเลือด | จำนวน | เปอร์เซ็นต์ | ราคาเฉลี่ย | บาท/ตัว |

8. ไถ่ที่ท่านรับซื้อมาทำไถ่อย่างเป็นพันธุ์อะไรบ้าง มาจากแหล่งใด ราคา กิโลกรัมละเท่าไร

ชนิด	ผู้เลี้ยง	ผู้รวบรวม	ตลาดสด	หาซื้อเอง	ขนาดไถ่ (กก./ตัว)
☐ 1) ไถ่พื้นเมือง	☐	☐	☐	☐	
ราคาเฉลี่ย/กก.					
☐ 2) ไถ่ลูกผสมพื้นเมือง	☐	☐	☐	☐	
ราคาเฉลี่ย/กก.					
☐ 3) ไถ่เนื้อ	☐	☐	☐	☐	
ราคาเฉลี่ย/กก.					
☐ 4) ไถ่ซี (ไถ่ไขเพศผู้)	☐	☐	☐	☐	
ราคาเฉลี่ย/กก.					
☐ 5) ไถ่สามสายเลือด	☐	☐	☐	☐	
ราคาเฉลี่ย/กก.					

9. ปริมาณและลักษณะการจำหน่ายไถ่อย่างในรอบสัปดาห์ เป็นอย่างไร

	ดี	ปานกลาง	น้อย	จำนวน (ตัว)
☐ 1) จันทร์	☐	☐	☐	
☐ 2) อังคาร	☐	☐	☐	
☐ 3) พุธ	☐	☐	☐	
☐ 4) พฤหัสบดี	☐	☐	☐	
☐ 5) ศุกร์	☐	☐	☐	
☐ 6) เสาร์	☐	☐	☐	
☐ 7) อาทิตย์	☐	☐	☐	

10. ปริมาณและลักษณะการจำหน่ายไถ่อย่างในช่วงเทศกาลต่างๆ เป็นอย่างไร

	จำนวน(วัน)	จำนวน (ตัว)
☐ 1) ปีใหม่		
☐ 2) ตรุษจีน		
☐ 3) สงกรานต์		
☐ 4)		
☐ 5)		

11. กลุ่มลูกค้าที่มาซื้อไถ่อย่าง (เทียบกับข้อมูล 2-3 ปีที่ผ่านมา) คิดสัดส่วนเป็นเปอร์เซ็นต์ ได้แก่

☐ ลูกค้าในท้องถิ่น เปอร์เซ็นต์ มีแนวโน้ม ☐ เพิ่มขึ้น ☐ เท่าเดิม ☐ ลดลง

☐ ลูกค้าสัญจร เปอร์เซ็นต์ มีแนวโน้ม ☐ เพิ่มขึ้น ☐ เท่าเดิม ☐ ลดลง

12. ท่านคิดว่าผู้บริโภคมีความต้องการ ไถ่อย่างที่ทำจากไถ่พื้นเมืองหรือไม่ อย่างไร

☐ ต้องการ จำนวนที่ท่านคิดว่าจำหน่ายได้ขั้นต่ำ ตัว / วัน

☐ ไม่ต้องการ เพราะ

13. ท่านคิดว่าไถ่พื้นเมือง / ไถ่ลูกผสมพื้นเมือง ที่ควรนำมาทำไถ่อย่าง มีลักษณะอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

.....

14. ท่านคิดว่าปัญหา / อุปสรรค ในการจำหน่ายไถ่อย่างพื้นเมือง / ไถ่ลูกผสมพื้นเมืองมีอะไรบ้าง

.....

.....

.....

.....

.....

.....

15. ข้อเสนอแนะ/ข้อคิดเห็นอื่นๆ เกี่ยวกับการพัฒนาช่องทางการจำหน่ายไถ่พื้นเมือง / ไถ่ลูกผสมพื้นเมือง

.....

.....

ขอขอบพระคุณที่ให้ความกรุณาในการตอบแบบสอบถาม

ภาคผนวก จ

ID

แบบสัมภาษณ์ : ร้านจำหน่ายไถ่ย่าง

โครงการ“ศึกษาความเป็นไปได้ในการผลิตไก่พื้นเมืองเชิงพาณิชย์ในระดับชุมชน”

ผู้ให้สัมภาษณ์ ชื่อ.....ที่อยู่บ้านเลขที่..... บ้าน.....
 หมู่ที่..... ตำบล.....อำเภอ.....จังหวัด.....
 โทรศัพท์..... ชื่อร้าน.....
 ผู้สัมภาษณ์ ชื่อ..... วันที่สัมภาษณ์.....

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทางเศรษฐกิจสังคมของผู้จำหน่ายไถ่ย่าง

1. เพศ

เพศ ☐ 1) ชาย ☐ 2) หญิง

2. อายุ

- ☐ 1) ต่ำกว่า 20 ปี ☐ 2) 20-29 ปี
☐ 3) 30-39 ปี ☐ 4) 40-49 ปี
☐ 5) 50-59 ปี ☐ 6) 60 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

- ☐ 1) ต่ำกว่ามัธยมปลาย ☐ 2) มัธยมปลาย/ปวช.
☐ 3) อนุปริญญา/ปวส. ☐ 4) ปริญญาตรี
☐ 5) ปริญญาโท ☐ 6) สูงกว่าปริญญาโท

4. รายได้ทั้งหมดจากการประกอบอาชีพขายไถ่ย่าง โดยเฉลี่ยต่อเดือน

- ☐ 1) ต่ำกว่า 5,000 บาท ☐ 2) 5,001-10,000 บาท
☐ 3) 10,001-15,000 บาท ☐ 4) 15,001-20,000 บาท
☐ 5) 20,001-25,000 บาท ☐ 6) มากกว่า 25,000 บาท
☐ 7) ระบุ..... บาท

5. ประสบการณ์ในการประกอบอาชีพจำหน่ายไถ่ย่างประมาณปี

6. จำนวนแรงงานที่ใช้ร้านทั้งหมด (รวมเจ้าของร้าน) คน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการจำหน่ายไถ่อย่างของร้านจำหน่ายไถ่อย่าง

7. ไถ่ที่ท่านนำมาทำไถ่อย่างเป็นไถ่พันธุ์อะไรบ้าง คิดเป็นสัดส่วนประมาณกี่เปอร์เซ็นต์ ในรอบปี / (หรือเดือน)

- | | | | | |
|---|-------------|-------------|------------------|---------|
| ☐ 1) ไถ่พื้นเมือง | จำนวน | เปอร์เซ็นต์ | ราคาเฉลี่ย | บาท/ตัว |
| ☐ 2) ไถ่ลูกผสมพื้นเมือง | จำนวน | เปอร์เซ็นต์ | ราคาเฉลี่ย | บาท/ตัว |
| ☐ 3) ไถ่เนื้อ | จำนวน | เปอร์เซ็นต์ | ราคาเฉลี่ย | บาท/ตัว |
| ☐ 4) ไถ่ซี (ไถ่ไขเพศผู้) | จำนวน | เปอร์เซ็นต์ | ราคาเฉลี่ย | บาท/ตัว |
| ☐ 5) ไถ่สามสายเลือด | จำนวน | เปอร์เซ็นต์ | ราคาเฉลี่ย | บาท/ตัว |

8. ไถ่ที่ท่านรับซื้อมาทำไถ่อย่างเป็นพันธุ์อะไรบ้าง มาจากแหล่งใด ราคา กิโลกรัมละเท่าไร

ชนิด	ผู้เลี้ยง	ผู้รวบรวม	ตลาดสด	หาซื้อเอง	ขนาดไถ่ (กก./ตัว)
☐ 1) ไถ่พื้นเมือง	☐	☐	☐	☐	
ราคาเฉลี่ย/กก.					
☐ 2) ไถ่ลูกผสมพื้นเมือง	☐	☐	☐	☐	
ราคาเฉลี่ย/กก.					
☐ 3) ไถ่เนื้อ	☐	☐	☐	☐	
ราคาเฉลี่ย/กก.					
☐ 4) ไถ่ซี (ไถ่ไขเพศผู้)	☐	☐	☐	☐	
ราคาเฉลี่ย/กก.					
☐ 5) ไถ่สามสายเลือด	☐	☐	☐	☐	
ราคาเฉลี่ย/กก.					

9. ปริมาณและลักษณะการจำหน่ายไถ่อย่างในรอบสัปดาห์ เป็นอย่างไร

	ดี	ปานกลาง	น้อย	จำนวน (ตัว)
☐ 1) จันท์	☐	☐	☐	
☐ 2) อังคาร	☐	☐	☐	
☐ 3) พุธ	☐	☐	☐	
☐ 4) พฤหัสบดี	☐	☐	☐	
☐ 5) ศุกร์	☐	☐	☐	
☐ 6) เสาร์	☐	☐	☐	
☐ 7) อาทิตย์	☐	☐	☐	

10. ปริมาณและลักษณะการจำหน่ายไถ่อย่างในช่วงเทศกาลต่างๆ เป็นอย่างไร

	จำนวน(วัน)	จำนวน (ตัว)
☐ 1) ปีใหม่		
☐ 2) ตรุษจีน		
☐ 3) สงกรานต์		
☐ 4)		
☐ 5)		

11. กลุ่มลูกค้าที่มาซื้อไถ่อย่าง (เทียบกับข้อมูล 2-3 ปีที่ผ่านมา) คิดสัดส่วนเป็นเปอร์เซ็นต์ ได้แก่

- ☐ ลูกค้าในท้องถิ่น เปอร์เซนต์ มีแนวโน้ม ☐ เพิ่มขึ้น ☐ เท่าเดิม ☐ ลดลง
- ☐ ลูกค้าสัญจร เปอร์เซนต์ มีแนวโน้ม ☐ เพิ่มขึ้น ☐ เท่าเดิม ☐ ลดลง

12. ท่านคิดว่าผู้บริโภคมีความต้องการ ไถ่อย่างที่ทำจากไถ่พื้นเมืองหรือไม่ อย่างไร

- ☐ ต้องการ จำนวนที่ท่านคิดว่าจำหน่ายได้ขั้นต่ำ ตัว / วัน
- ☐ ไม่ต้องการ เพราะ
-

13. ท่านคิดว่าไถ่พื้นเมือง / ไถ่ลูกผสมพื้นเมือง ที่ควรนำมาทำไถ่อย่าง มีลักษณะอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

.....

14. ท่านคิดว่าปัญหา / อุปสรรค ในการจำหน่ายไถ่อย่างพื้นเมือง / ไถ่ลูกผสมพื้นเมืองมีอะไรบ้าง

.....

.....

.....

.....

.....

.....

15. ข้อเสนอแนะ/ข้อคิดเห็นอื่นๆ เกี่ยวกับการพัฒนาช่องทางการจำหน่ายไถ่พื้นเมือง / ไถ่ลูกผสมพื้นเมือง

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณที่ให้ความกรุณาในการตอบแบบสอบถาม

ภาคผนวก ข

ID

แบบสัมภาษณ์ : ผู้บริโภคไถ่อย่าง

โครงการ“ศึกษาความเป็นไปได้ในการผลิตไก่พื้นเมืองเชิงพาณิชย์ในระดับชุมชน”

ผู้ให้สัมภาษณ์ ชื่อ.....ที่อยู่บ้านเลขที่..... บ้าน.....
 หมู่ที่..... ตำบล.....อำเภอ.....จังหวัด.....
 โทรศัพท์.....

ผู้สัมภาษณ์ ชื่อ.....วันที่สัมภาษณ์.....

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทางเศรษฐกิจสังคมของผู้บริโภคไถ่อย่าง

1. เพศ

เพศ ☐ 1) ชาย ☐ 2) หญิง

2. อายุ

- | | |
|---|---|
| ☐ 1) ต่ำกว่า 20 ปี | ☐ 2) 20-29 ปี |
| ☐ 3) 30-39 ปี | ☐ 4) 40-49 ปี |
| ☐ 5) 50-59 ปี | ☐ 6) 60 ปีขึ้นไป |

3. ระดับการศึกษา

- | | |
|--|---|
| ☐ 1) ต่ำกว่ามัธยมปลาย | ☐ 2) มัธยมปลาย/ปวช. |
| ☐ 3) อนุปริญญา/ปวส. | ☐ 4) ปริญญาตรี |
| ☐ 5) ปริญญาโท | ☐ 6) สูงกว่าปริญญาโท |

4. รายได้พ่อค้า/แม่ค้าที่จำหน่ายไก่บ้านชำแหละ ต่อเดือน (รายได้ทั้งหมดจากทุกอาชีพรวมกัน)

- | | |
|---|--|
| ☐ 1) ต่ำกว่า 5,000 บาท | ☐ 2) 5,001-10,000 บาท |
| ☐ 3) 10,001-15,000 บาท | ☐ 4) 15,001-20,000 บาท |
| ☐ 5) 20,001-25,000 บาท | ☐ 6) มากกว่า 25,000 บาท |
| ☐ 7) ระบุ..... บาท | |

5. ท่านเป็นลูกค้าร้านไถ่อย่างประเภทใด

- ☐ 1) อยู่ในท้องถิ่น (พักอาศัย/ทำงานในอำเภอเดียวกับร้านขายไถ่อย่าง) ☐ 2)อยู่นอกท้องถิ่น

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคไถ่อย่าง

6. เหตุผลที่ท่านพิจารณาในการเลือกซื้อไถ่อย่าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|--|
| ☐ 1) รสชาติ / ความอร่อย | ☐ 2) ความน่ารับประทาน |
| ☐ 3) ความสะอาด | ☐ 4) ชื่อเสียง |
| ☐ 5) ราคาเหมาะสม | ☐ 6) มีคนแนะนำ |
| ☐ 7) โฆษณา / ประชาสัมพันธ์ | ☐ 8) อื่นๆ (ระบุ) |

7. จุดประสงค์ในการเลือกซื้อไถ่อย่างของท่าน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|--|
| ☐ 1) รับประทานเอง | ☐ 2) ฝากเพื่อน/ญาติ |
| ☐ 3) เลี้ยงรับรองแขก | ☐ 4) ทำบุญ |
| ☐ 5) อื่นๆ (ระบุ) | |

8. ในรอบ 1 ปี ท่านซื้อไถ่อย่างประมาณ ครั้ง

9. การซื้อแต่ละครั้ง ท่านซื้อไถ่อย่าง ประมาณ บาท หรือ ตัว

10. ท่านทราบหรือไม่ว่า ไถ่อย่างที่ท่านซื้อ ทำมาจากไถ่ชนิดใด

- | | |
|---|--|
| ☐ 1) ไถ่พื้นเมือง | ☐ 2) ไถ่ลูกผสมพื้นเมือง |
| ☐ 3) ไถ่เนื้อ | ☐ 4) ไถ่ซี่ (ไถ่ไขเพศผู้) |
| ☐ 5) ไถ่ลูกผสม 3 สาย | ☐ 6) ไม่ทราบ |

11. ไถ่อย่างพันธุ์ใดบ้างที่ท่านชอบบริโภค เรียงลำดับความชอบจากมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด

พันธุ์	ลำดับความชอบ (1 = ชอบมากที่สุด)
1) ไถ่พื้นเมือง	
2) ไถ่ลูกผสมพื้นเมือง	
3) ไถ่เนื้อ	
4) ไถ่ซี่ (ไถ่ไขเพศผู้)	
5) ไถ่ลูกผสม 3 สาย	

12. จากข้อ (11) เหตุผลข้อใดที่ท่านชอบไถ่พันธุ์ดังกล่าว ได้แก่ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|---|
| ☐ 1) รสชาติของไถ่ | ☐ 2) เนื้อเหนียว |
| ☐ 3) เนื้อนุ่ม | ☐ 4) เนื้อมาก |
| ☐ 5) มีไขมันน้อย | ☐ 6) มีไขมันมาก |
| ☐ 7) หนักรอบ | ☐ 8) อื่นๆ (ระบุ)..... |

13. ถ้ามีไถ่อย่างที่ทำจากไถ่พื้นเมือง / ไถ่ลูกผสมพื้นเมือง ท่านจะซื้อหรือไม่ เหตุผล

- | | |
|--------------------------------------|-------------|
| ☐ 1) ซื้อ | เพราะ |
| ☐ 2) ไม่ซื้อ | เพราะ |
| ☐ 2) ไม่แน่ใจ | เพราะ |

14. ท่านยอมรับราคาไถ่อย่างที่ทำจากไถ่ลูกผสมพื้นเมืองที่สูงกว่าราคาไถ่อย่างที่ทำจากไถ่เนื้อทั่วไปในระดับใด

- ☐ 1) ประมาณ 10 % ☐ 2) ประมาณ 20 %
☐ 3) ประมาณ 30 % ☐ 4) อื่นๆ (ระบุ)

15. ปัจจัยใดบ้างที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อไถ่อย่าง

ที่	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อไถ่อย่าง	ระดับความสำคัญ				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
เกี่ยวกับตัวสินค้า						
1)	ความน่ารับประทาน					
2)	รสชาติ / ความอร่อย					
3)	ความสะอาด / ความปลอดภัย					
4)	ความมีชื่อเสียง					
เกี่ยวกับราคาสินค้า						
5)	ราคาเหมาะสม					
6)	มีหลายราคาให้เลือกซื้อ					
7)	สามารถต่อรองราคาได้					
เกี่ยวกับสถานที่จัดจำหน่าย						
8)	ที่จอดรถได้สะดวกและเพียงพอ					
9)	อาหารที่หลากหลาย					
10)	ร้านค้าสะอาด/สวยงาม					
เกี่ยวกับการส่งเสริมการขาย						
12)	ป้ายชื่อร้าน					
13)	มารยาท / การบริการ / สุภาพ					
14)	การโฆษณา / ประชาสัมพันธ์					
15)	มีการตอบแทนผู้แนะนำ					

16. ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆเกี่ยวกับการนำไถ่พื้นเมือง

.....

.....

.....

.....