

มหาวิทยาลัยหลายแห่งมี facilities รองรับ มีความพร้อมทางด้านห้องปฏิบัติการ อุปกรณ์ เครื่องมือ รวมไปถึงโรงฆ่ามาตรฐาน และห้องเย็นในการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ ควรเป็นศูนย์กลางด้านองค์ความรู้ และศูนย์ฝึกอบรมเกษตรกร ฟาร์มเครือข่าย

1.5) การเป็นต้นแบบ (model) ด้านการแปรรูป และการตลาด การเป็นสถาบันทางการศึกษา วิจัย และพัฒนาของมหาวิทยาลัยแม่โจ้ และกรมปศุสัตว์ซึ่งหน่วยงานราชการที่รับผิดชอบโดยตรงควรร่วมมือกันในการเป็นต้นแบบ (model) ด้านการแปรรูป และการตลาด ซึ่งการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่มีเมนูที่สามารถเป็นจุดขาย สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ง่าย โดยมหาวิทยาลัยแม่โจ้มีความพร้อมด้านสถานที่ (ข้อป) สำหรับการตลาด และการผลิตควรบูรณาการความร่วมมือระหว่างกรมปศุสัตว์ และมหาวิทยาลัยแม่โจ้ ในรูปแบบศูนย์สาธิต และฝึกอบรมแก่เครือข่ายเกษตรกรเป้าหมาย

1.6) การขับเคลื่อน และส่งเสริม ภายใต้ยุทธศาสตร์“จังหวัดเชียงใหม่เมืองอาหารปลอดภัย ภายในปี พ.ศ. 2560” หน่วยงานราชการระดับจังหวัดต้องให้การขับเคลื่อน และส่งเสริม ภายใต้ยุทธศาสตร์“จังหวัดเชียงใหม่เมืองอาหารปลอดภัย ภายในปี พ.ศ. 2560” ให้ไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่เป็นสัตว์เศรษฐกิจประจำจังหวัด และเน้นย้ำให้นักท่องเที่ยวรับรู้คุณค่าของไก่พื้นเมืองคู่จังหวัด โดยการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ (กิจกรรม ระดับจังหวัด)

1.7) ภาครัฐควรมีมาตรการที่เป็นรูปธรรมในการให้เครดิตแก่ภาคเอกชนที่ให้การสนับสนุนเกษตรกร และฟาร์มเครือข่าย ในฐานะองค์กรที่เป็นแบบอย่างในการช่วยเหลือเกษตรกร และเศรษฐกิจชุมชน ตลอดจนเป็นมิตรแก่สิ่งแวดล้อม

1.8) องค์กรบริหารส่วนท้องถิ่นควรที่ส่วนร่วมอย่างเข้มข้นทั้งด้านการออกแบบ การลงทุน(การเงิน) และการดำเนินการการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการผลิตไก่พื้นเมืองกับท้องถิ่นโดยมีเป้าหมายการผลิตด้านอาหารปลอดภัย และความมั่นคงทางด้านอาหารแก่ชุมชน เพื่อผลักดันให้เกิดแรงจูงใจทั้งเกษตรกร และผู้ประกอบการในลักษณะวิสาหกิจชุมชน กลุ่มเกษตรกร

2) ภาคเอกชน ควรดำเนินการดังนี้

2.1) ฟาร์มเครือข่าย และเกษตรกรเครือข่าย ควรร่วมมือกันในการจัดระบบการพันธุ์ (ทั้งพันธุ์แท้ และลูกผสม) การจัดการฟาร์ม และการจัดการด้านอาหารที่ได้มาตรฐาน สามารถรับรองคุณภาพผลผลิต (อย่างน้อยยังคงคุณลักษณะเด่นที่เป็นอัตลักษณ์ของไก่พื้นเมืองในสายพันธุ์นั้นๆ ไว้ได้)

2.2) ฟาร์มเครือข่าย และเกษตรกรเครือข่าย ต้องมีส่วนร่วมในการลงทุนในสายพันธุ์ (มีส่วนร่วมจ่ายค่าพันธุ์ หรือต้นทุนพ่อแม่พันธุ์ ซึ่งภาครัฐเป็นผู้ลงทุนในรุ่นปู่-ย่า แล้ว การจำหน่าย

พ่อแม่พันธุ์ของกรมปศุสัตว์จึงควรทราบต้นทุนการผลิตพ่อแม่พันธุ์ที่แท้จริง) ฟาร์มเครือข่าย และเกษตรกรเครือข่าย ที่รับมอบสายพันธุ์ และมีประสิทธิภาพจะช่วยแบ่งเบาภาระของภาครัฐได้มาก (เช่น ศูนย์บำรุงพันธุ์สัตว์ กรมปศุสัตว์ที่ทำหน้าที่พัฒนา และกระจายพันธุ์)

2.3) การกีดกันทางการค้า และการเข้าถึงสายพันธุ์ของไก่พื้นเมืองพันธุ์แท้ (โดยเฉพาะอย่างยิ่งไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่) ที่มีศักยภาพการผลิตเชิงพาณิชย์ซึ่งปัจจุบันเป็นที่สนใจของบริษัทเอกชนขนาดใหญ่จึงเป็นสิ่งที่ทำได้ยาก ในระบบเศรษฐกิจทุนนิยม และในตลาดแข่งขันสมบูรณ์ เช่นเดียวกับการปกป้องให้สายพันธุ์เกิดการใช้ประโยชน์ เฉพาะเกษตรกรรายย่อยที่ทำได้ยากในทางปฏิบัติ ดังนั้นการประมูล (auction) ที่มีประสิทธิภาพบนต้นทุนที่แท้จริงจากมูลค่าเงินลงทุนที่ภาครัฐใช้ในการพัฒนาสายพันธุ์ไก่พื้นเมืองควรนำมาใช้ในกรณีนี้เพื่อปกป้องเกษตรกรรายย่อยให้สามารถเข้าถึง เป็นเจ้าของ และพัฒนาตลาด (โดยเอกชน) ทั้งนี้ต้องมีเป้าหมายประโยชน์สูงสุดแก่สังคม (รวมถึงผู้บริโภค) ซึ่งหมายถึงเกิดการใช้ประโยชน์แก่ทุกภาคส่วนอย่างเป็นธรรม (social welfare)

2.4) ผู้ประกอบการในตลาดแต่ละระดับต่างเป็นกลไกสำคัญยิ่ง ในการกระจายผลผลิตอย่างมีประสิทธิภาพสู่ผู้บริโภคที่มีความต้องการ และพฤติกรรมการบริโภคที่แตกต่างกัน ฉะนั้นผู้ประกอบการควรมีส่วนร่วมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้หลากหลาย เพื่อเพิ่มทางเลือกให้แก่ผู้บริโภค โดยการให้ข้อมูลย้อนกลับแก่ผู้ผลิตในการวางแผนการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดทุกระดับ

บรรณานุกรม

กมล รัตนวิระกุล. 2549. “การจัดการท่องเที่ยวอย่างพอเพียง”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา:

http://www.thma.org/th/index.php?option=com_content&task=view&id=34&Itemid=33
(29 ธันวาคม 2555).

กรมนักเรียนนายเรือทหารอากาศศึกษาพระองค์. ม.ป.ป. “บทความเกี่ยวกับผู้นำและการบริหารจัดการ (Leadership and Management Article): การสร้างคุณค่าให้ตราชื่อ (Brand Management)”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.aircadetwing.com/index.php?lay=show&ac=article&Id=538658399&Ntype=4> (5 มิถุนายน 2554).

กรมปศุสัตว์. 2554 การขึ้นทะเบียนการขึ้นทะเบียนพันธุ์ไก่พื้นเมืองไทยของกรมปศุสัตว์. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://gms.oae.go.th/Z_Show.asp?ArticleID=530 (22 มิถุนายน 2555).

กฤษฎิกา คงสมพงษ์. 2552. “สร้างการรับรู้ : ต้องประหยัดและตรงกลุ่ม”. [ระบบออนไลน์].

แหล่งที่มา: http://www.prachachat.net/view_news.php?newsid=02biz03071252§ionid=0214&day=2009-12-07 (2 มกราคม 2556).

_____. 2553. “จุดแกร่งเอสเอ็มอีไทย: อิทธิพลของแรงจูงใจ & การรับรู้”. [ระบบออนไลน์].

แหล่งที่มา: http://www.prachachat.net/view_news.php?newsid=02biz04120853§ionid=0214&day=2010-08-12 (30 ธันวาคม 2555).

กัลปพฤกษ์ ทิวทองงาม สุขชัย ปทุมนากุล และศิริลักษณ์ สุขชัย. 2555. “รายงานการวิจัยเรื่อง การศึกษาแนวทางการพัฒนาโซ่อุปทานไก่พื้นเมืองประจวบคีรีขันธ์ในพื้นที่ จังหวัดเชียงใหม่”. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

กาญจนา คูมา. 2549. “การบัญชีเพื่อการจัดการ: บทที่ 3 พฤติกรรมต้นทุน และการวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณและกำไร”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://netra.lpru.ac.th/~kanchana/file%20adobe/MA003.pdf> (27 ธันวาคม 2555).

กาสัญ วรพิทยุต. 2550. “บทความ: Brand Identity”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://utcc2.utcc.ac.th/localuser/brandthaicenter/doc/Brand_Identity.doc (5 มิถุนายน 2554).

เกรียงไกร โชประการ. 2542. การประเมินศักยภาพ และข้อจำกัดของไก่พื้นเมือง. อุบลราชธานี: คณะเกษตรศาสตร์. มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.

โกศลดี ดิถีธรรม. (เม.ย.2547). การจัดการห่วงโซ่อุปทานแห่งโลกธุรกิจใหม่. อินเทอร์เน็ตแมกซีน, 9(93): 97-104.

- จุมพจน์ วนิชกุล. 2551. “การตลาดด้านผลิตภัณฑ์และบริการสารสนเทศ: การระบุส่วนแบ่งการตลาดและการเลือกตลาดเป้าหมาย”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://lib.kru.ac.th/eBook/1635302/doc9-1.html> (5 มิถุนายน 2554).
- เฉลิมขวัญ คุรุบุญวงศ์. 2553. “ต้นทุน ปริมาณ และกำไร (Cost Volume Profit analysis: CVP analysis)”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา: www.sju.ac.th/chalermkwan/Manageria/5.pdf (27 ธันวาคม 2555).
- ชนิตว์สรณ์ ศรีวิทยานุกูล. ม.ป.ป. “เส้นทางสังคมและฐานะ”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.ismed.or.th/SME/src/upload/knowledge/1181553076466d11b402c49.pdf> (2 มกราคม 2556).
- ชวัลนุช อุทยาน. 2551. “พฤติกรรมนักท่องเที่ยว”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://touristbehaviour.wordpress.com/1/> (28 ธันวาคม 2555).
- ชัยณพงศ์ โคตรบัณฑิต. 2552. “พฤติกรรมมนุษย์”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.gotoknow.org/posts/271651> (28 ธันวาคม 2555).
- ครุณี อัสวปรีชา. 2550. “บทความ: ตำแหน่งตราสินค้า”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://utcc2.utcc.ac.th/localuser/brandthaicenter/Article%20etc/Brand%20positioning%20-%20ศึกษาวิธี%20อัสวปรีชา.pdf> (5 มิถุนายน 2554).
- ทองพันชั่ง พงษ์วารินทร์. 2551. “การสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน (Competitive Advantage) ในภาวะวิกฤติราคาน้ำมันสูงเกิน 40 บาทต่อลิตร”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.peoplevalue.co.th/index.php?lay=show&ac=article&Id=539104334&Ntype=23> (27 ธันวาคม 2555).
- ชนศักดิ์ อัสวจุฬา. 2550. “พฤติกรรมมนุษย์กับการพัฒนาตน: บทที่ 3 องค์ประกอบของพฤติกรรมมนุษย์”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://kimmus.multiply.com/journal/item/17/17> (28 ธันวาคม 2555).
- ชนิต โสรรัตน์. ม.ป.ป. “Value Chain ห่วงโซ่ของการสร้างมูลค่าการค้าทางการตลาด”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.tanitsorat.com/v2/showcontent.php?id=27> (5 มิถุนายน 2554).
- ธรรมรัตน์ ปิยะวงษ์ อัญชลี เทพชมภู และสุสรณ์ อธิวิศาล. “ร้าน Romantic Berkery: บทสรุปผู้บริหาร”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://sites.google.com/site/romanticsbakery/> (29 ธันวาคม 2555).

ธานีทร ศิลป์จารุ. 2551. การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ: บิสิกเนสอาร์แอนด์ดี.

ธีรศักดิ์ วงศ์ปิยะ. 2552. “แผนการตลาด”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:MvAREISrOPIJ:www.idis.ru.ac.th/report/index.php%3Ftopic%3D228.0+&cd=1&hl=en&ct=clnk&gl=th> (22 มิถุนายน 2555).

ปรเมศวร์ กลิ่นหอม. 2552. “พฤติกรรมมนุษย์กับการพัฒนาคน: บทที่ 3 องค์ประกอบของพฤติกรรมมนุษย์”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://hbdkru.blogspot.com/2009/12/3.html> (28 ธันวาคม 2555).

ปรเมศวร์ กุमारบุญ. 2555. “Five Forces Model วิเคราะห์สนามแข่งขันและอธิบายสนามการแข่งขันโทรศัพท์เคลื่อนที่ไทยในปัจจุบัน”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.manager.co.th/Cyberbiz/ViewNews.aspx?NewsID=9500000098130> (27 ธันวาคม 2555).

ปราณี เอี่ยมละออภักดี. 2551. การบริหารการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: ธนาเพรส จำกัด.

ปรีชัย แก้วตา. 2553. “การเพิ่มมูลค่าไก่พื้นเมือง”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://76.nationchannel.com/playvideo.php?id=82750> (22 มิถุนายน 2555).

ปวีณา เชาวลิทวงศ์. ม.ป.ป. “ห่วงโซ่อุปทาน”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.ismed.or.th/SME/src/bin/controller.php?view=knowledgeInsite.KnowledgesDetail&sid=29&id=1399&left=12&right=13&level=3&lv1=3> (29 ธันวาคม 2555).

ฝ่ายวางแผนและวิจัย บริษัท โลว์ จำกัด. 2545. “หลายชั่วชีวิตแบรนด์”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.nationjobs.com/content/worklife/careertalk/template.php?conno=419> (2 มกราคม 2556).

พระจันทร์สีเงิน. 2552. “สภาวะการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจ”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.oknation.net/blog/print.php?id=498687> (12 มิถุนายน 2554).

พสุ เดชะรินทร์. 2548. “สรุปการบรรยาย: การบริหารยุทธศาสตร์อย่างครบวงจร”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.opdc.go.th/oldweb/thai/developLeader/day%204/1Desc_pasu.pdf (27 ธันวาคม 2555).

พัศตร์พจ วัฒนสินธุ์ และพสุ เดชะรินทร์. 2542. “ขีดความสามารถในการแข่งขัน”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.dektube.com/action/viewarticle/10582/Five_Force_Model/ (22 มิถุนายน 2555).

พิชชา ถนอมเสียง. 2553. “องค์ประกอบพฤติกรรมมนุษย์”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://portal.in.th/files/6/5/4/2010/10/15/Human.pdf> (28 ธันวาคม 2555).

พิสิทธิ์ พิพัฒน์โกศล. 2554. “การหาความต้องการของลูกค้า (Customer Requirement)”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.impressionconsult.com/web/index.php/articles/165-customerrequirement.html> (29 ธันวาคม 2555).

มนต์ชัย ดวงจินดา. 2554. การปรับปรุงพันธุ์ไก่พื้นเมืองไทยพันธุ์ประดู่หางดำและซี. คณะเกษตรศาสตร์. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

ลีเจง ถนอมวรกุล. 2549. “ต้นทุนการผลิต”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://knowledge.eduzones.com/knowledge-2-10-29471.html> (22 มิถุนายน 2555).

วณะ ภูพานี. 2554. “Consumer Behavior: บทที่ 5 ชนชั้นทางสังคมกับพฤติกรรมผู้บริโภค”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.slideshare.net/kingkongzaa/socialclass-5-consumer-behavior> (28 ธันวาคม 2555).

วิสิทธิ์ พิพัฒน์. 2552. “ตลาดแข่งขันสมบูรณ์”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.learners.in.th/blogs/posts/263519> (22 มิถุนายน 2555).

วิกิพีเดีย. 2555. “ห่วงโซ่อุปทาน”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://th.wikipedia.org/wiki/%E0%B8%AB%E0%B9%88%E0%B8%A7%E0%B8%87%E0%B9%82%E0%B8%8B%E0%B9%88%E0%B8%AD%E0%B8%B8%E0%B8%9B%E0%B8%97%E0%B8%B2%E0%B8%99> (27 ธันวาคม 2555).

วิทยาลัยการอาชีพตระการพืชผล. 2554. “การสร้างสินค้าให้แตกต่าง”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://classroom.hu.ac.th/courseware/Marketing/index20.html> (22 มิถุนายน 2555).

ศิริพร กิริติการกุล. 2553. เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ. เอกสารคำสอน. เชียงใหม่: คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2541. “ส่วนประสมการตลาด”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://thesisavenue.blogspot.com/2008/09/marketing-mix-7ps.html> (22 มิถุนายน 2555).

ศูนย์วิจัยและบำรุงพันธุ์สัตว์เชียงใหม่. 2554. “พื้นที่เครือข่ายไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.dld.go.th/breeding/poultry/index.php?option=com_content&view=article&id=124&Itemid=12 (22 มิถุนายน 2555).

สมชาย หลักลงคา. 2553. “เสริมเชิ่วเลืบนักขายมือใหม่ให้เป็นมืออาชีพ ตอนที่ 3 ความต้องการลูกค้าคืออะไร?”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.bloggang.com/mainblog.php?id=sal&month=02-08-2008&group=6&gblog=1> (29 ธันวาคม 2555).

- สมชาย หาญหิรัญ. 2552. “คู่มือการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันภาคอุตสาหกรรม (Industrial Competitiveness)”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.dr-somchai.com/index.php?option=com_content&view=article&id=61:analysisguide&catid=37:contents&Itemid=64 (27 ธันวาคม 2555).
- สรรค์ชัย เดียวประเสริฐกุล. 2549. “Market Segmentation ที่ใช้ได้จริงคืออะไรกันแน่?”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.brandage.com/Modules/DesktopModules/Article/ArticleDetail.aspx?tabID=2&ArticleID=1452&ModuleID=21&GroupID=617> (30 ธันวาคม 2555).
- สัณชัย จตุรลิขิต. 2554. องค์ประกอบทางเคมีของไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่. เชียงใหม่: คณะเกษตรศาสตร์. มหาวิทยาลัยมหาวิทยาลัเชียงใหม่.
- สิทธิชัย ฝรั่งทอง. 2548. “กระบวนการสร้างคุณค่า Value Creation Process”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.nidambel1.net/ekonomiz/2005q3/article2005sep_02p13.htm (5 มิถุนายน 2554).
- สืบชาติ อันทะไชย. 2552. “การบริหารการตลาด: บทที่ 5 พฤติกรรมผู้บริโภค”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.udru.ac.th/website/attachments/elearning/07/10.pdf> (27 ธันวาคม 2555).
- สุนิสา จันทรเลขา. 2555. “วท0203 หลักการตลาด: บทที่ 3 การแบ่งส่วนตลาดและเลือกตลาดเป้าหมาย”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.skcc.ac.th/elearning/bc0203/?p=34> (27 ธันวาคม 2555).
- _____. 2555. “วท0203 หลักการตลาด: บทที่ 4 พฤติกรรมผู้บริโภค”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.skcc.ac.th/elearning/bc0203/?p=39> (27 ธันวาคม 2555).
- อนรรักษ์ ทองสุโขวงศ์. ม.ป.ป. “การบัญชีต้นทุน: บทที่ 1 ข้อมูลทางการบัญชีเพื่อการบริหาร”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://web.kku.ac.th/anuton/3526301/Doc_01.pdf (27 ธันวาคม 2555).
- _____. ม.ป.ป. “การบัญชีต้นทุน: บทที่ 2 ต้นทุนผันแปรและการวิเคราะห์ต้นทุน-ปริมาณ-กำไร”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://home.kku.ac.th/anuton/3526301/Doc_02.pdf (27 ธันวาคม 2555).
- อมรรัตน์ พิระพล. 2552. “มูลค่าปัจจุบันสุทธิ”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา: hfo52.cfo.in.th/.../ สรุปอบรมนักวิเคราะห์งบการเงิน... (5 มิถุนายน 2554).

อำนาจ เลี้ยวธารากุล. 2553. โอกาสและทางเลือกรองเกษตรกรบนเส้นทางสายโซ่อุปทาน: ไก่พื้นเมือง: โอกาสบนเวทีวัฒนธรรม หน้า 259-270. **รายงานวิจัย**. กรุงเทพฯ: ฝ่ายเกษตรสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

เอื้อ สิริจินดา. ม.ป.ป. “การบริหารจัดการฟาร์ม: บทที่ 5 ชนิดของต้นทุนการผลิต”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.google.co.th/#hl=th&tb=d&scient=psy-ab&q=cash+cost+%E0%B8%84%E0%B8%B7%E0%B8%AD&oq=Cash+Cost&gs_l=hp:1.0.0l2j0i30l8.46684.48873.26.50933.4.4.0.0.0.142.376.3j1.4.0...0.0...1c.1.zO64YNi0eos&psj=1&bav=on.2,or.r_gc.r_pw.r_qf.&bvm=bv.1355534169,d.bmk&fp=29699106c79f4d04&bpc1=40096503&biw=1024&bih=541 (27 ธันวาคม 2555).

Blogger.com. 2554. “Principle of Marketing: การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมาย และการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://ohomarketing.blogspot.com/2011/09/blog-post_27.html (1 มกราคม 2556).

Kotler, P. 1997. **Marketing Management Analysis, Planning, Implementation and Control**. 9th ed. New Jersey: A Simon & Schuster Company.

Kotler, P. and Armstrong, G. 1999. **Principles of Marketing**. 8th ed. New Jersey: Prentice-Hall.

Modal. 2554. “การตลาด: แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://marketingthai.blogspot.com/2011/11/blog-post_9816.html (1 มกราคม 2556).

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคในตลาดระดับบน กลาง และล่าง

ตารางผนวก 1 จำนวน และร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคในตลาดระดับบน

(n = 100)

รายการ	ร้อยละ	หมายเหตุ
เพศ		
หญิง	58.00	
ชาย	42.00	
อายุ (ปี)		
น้อยกว่า 31	2.00	ค่าเฉลี่ย = 43.83 ปี
31-40	26.00	S.D.= 7.51
41-50	55.00	ค่าต่ำสุด = 28 ปี
51-60	16.00	ค่าสูงสุด = 61 ปี
มากกว่า 60	1.00	
ระดับการศึกษา		
ไม่ตอบ	3.00	
ต่ำกว่าปริญญาตรี	15.00	
ปริญญาตรี	65.00	
ปริญญาโท	17.00	
อาชีพ		
ค้าขาย/ผู้ประกอบการเอกชน	48.00	
พนักงานเอกชน	32.00	
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	20.00	
รายได้ของครัวเรือนต่อเดือน (บาท)		
ไม่ตอบ	7.00	
10,001-20,000	14.00	ค่าเฉลี่ย = 32,550.39 บาท
20,001-30,000	21.00	S.D.= 12,152.15
30,001-40,000	33.00	ค่าต่ำสุด = 15,000 บาท
40,001-50,000	17.00	ค่าสูงสุด = 100,000 บาท
มากกว่า 50,000	8.00	

ตารางผนวก 1 (ต่อ)

(n = 100)

รายการ	ร้อยละ	หมายเหตุ
จำนวนสมาชิกในครัวเรือน (คน)		
ไม่ตอบ	13.00	
2	5.00	ค่าเฉลี่ย = 3.93 คน หรือ 4 คน
3	23.00	S.D.= 1.12
4	33.00	ค่าต่ำสุด = 2 คน
5	19.00	ค่าสูงสุด = 8 คน
มากกว่า 5	7.00	

ตารางผนวก 2 จำนวนและร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภคในตลาดระดับกลาง

(n=100)

รายการ	ร้อยละ	ค่าสถิติ
เพศ		
หญิง	64.00	
ชาย	36.00	
ช่วงอายุ (ปี)		
ไม่เกิน 20	15.00	Mean = 31.67 ปี
21-30 ปี	44.00	SD. = 12.45
31-40 ปี	21.00	Min = 20 ปี
41-50 ปี	9.00	Max = 70 ปี
51-60 ปี	8.00	
61 ปีขึ้นไป	3.00	
ระดับการศึกษา		
ไม่ตอบ	9.00	
ต่ำกว่ามัธยมต้น	1.00	
วุฒิม.6/ปวช./ปวส.	10.00	
ปริญญาตรี	76.00	
ปริญญาโท	4.00	

ตารางผนวก 2 (ต่อ)

(n=100)

รายการ	ร้อยละ	ค่าสถิติ
อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	1.00	
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	30.00	
พนักงานเอกชน	25.00	
ค้าขาย/ผู้ประกอบการเอกชน	39.00	
รับจ้าง	4.00	
แม่บ้าน	1.00	
รายได้ของครอบครัวต่อเดือน (บาท)		
ไม่ตอบ	14.00	
ไม่เกิน 5,000	10.00	
5,000 – 10,000	15.00	
10,001 – 20,000	16.00	
20,001 – 30,000	30.00	
30,001 – 40,000	7.00	
40,001 – 50,000	4.00	
50,001 ขึ้นไป	4.00	
จำนวนสมาชิกในครัวเรือน (คน)		
ไม่ตอบ	3.00	
1 - 2	8.00	Mean = 4 คน
3 - 4	56.00	SD. = 1.45
5 - 6	30.00	Min. = 1 คน
7 ขึ้นไป	3.00	Max. = 11 คน

ตารางผนวก 3 จำนวนและร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภคในตลาดระดับล่าง

(n=100)

รายการ	ร้อยละ	ค่าสถิติ
เพศ		
หญิง	65.00	
ชาย	35.00	
ช่วงอายุ (ปี)		
ไม่ตอบ	1.00	
ไม่เกิน 20	15.00	Mean = 40.38 ปี
21-30 ปี	16.00	SD. = 15.49
31-40 ปี	15.00	Min. = 18 ปี
41-50 ปี	26.00	Max. = 75 ปี
51-60 ปี	21.00	
61 ปีขึ้นไป	6.00	
ระดับการศึกษา		
ไม่ตอบ	9.00	
ต่ำกว่ามัธยมต้น	40.00	
วุฒิม.6/ปวช./ปวส.	38.00	
ปริญญาตรี	13.00	
อาชีพ		
ไม่ตอบ	2.00	
เกษตรกร	9.00	
นักเรียน/นักศึกษา	12.00	
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.00	
ค้าขาย/ผู้ประกอบการเอกชน	53.00	
รับจ้าง	17.00	
แม่บ้าน	4.00	

ตารางผนวก 3 (ต่อ)

(n=100)

รายการ	ร้อยละ	ค่าสถิติ
รายได้ของครอบครัวต่อเดือน (บาท)		
ไม่ตอบ	19.00	
ไม่เกิน 5,000	8.00	
5,001 – 10,000	23.00	
10,001 – 20,000	31.00	
20,001 – 30,000	7.00	
30,001 – 40,000	7.00	
40,001 – 50,000	4.00	
50,001 ขึ้นไป	1.00	
จำนวนสมาชิกในครัวเรือน (คน)		
ไม่ตอบ	7.00	Mean = 4 คน
1 - 2	13.00	SD. = 1.62
3 - 4	52.00	Min. = 1 คน
5 - 6	22.00	Max. = 10 คน
7 ขึ้นไป	6.00	

ภาคผนวก ข

แผนการตลาด

แผนการตลาดไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่
สำหรับ ห้างสรรพสินค้าริมปีง ซูเปอร์มาร์เก็ต (ตลาดระดับบน)

1. ข้อมูลทั่วไป

การทำแผนการตลาดไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่ในห้างสรรพสินค้า ริมปีง ซูเปอร์มาร์เก็ต 3 สาขา ได้แก่

1.1 ริมปีง ซูเปอร์มาร์เก็ตสาขา นิมิซี้ เดลี่ เลขที่ 199/8 ถนนมหิดล ตำบลหายยา อำเภอ เมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50000

1.2 ริมปีง ซูเปอร์มาร์เก็ตสาขา มิโชคพลาซ่า เลขที่ 208 หมู่ที่ 6 ตำบลฟ้าฮ่าม อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50000

1.3 ริมปีง ซูเปอร์มาร์เก็ตสาขา นวรัฐ เลขที่ 129 ถนนเชียงใหม่-ลำพูน ตำบลวัดเกต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50000



2. คุณลักษณะพิเศษของไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่

2.1 เป็นไก่พื้นเมืองไทยพันธุ์แท้ ที่ได้รับการพัฒนาสายพันธุ์ โดยเป็นผลงานวิจัยร่วม ระหว่างกรมปศุสัตว์ และ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)



ไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่ ของเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการฯ

2.2 การเลี้ยงด้วยอาหาร และหญ้า (อาจมีวัตถุดิบ ทางการเกษตร ตามพื้นที่เสริม) ทำให้กล้ามเนื้อ มีความเหนียวนุ่ม ไขมัน และคอเลสเตอรอลต่ำ มีผลงานวิจัยรับรอง

คุณค่าทางโภชนาการของไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่ที่แตกต่างจากไก่ Broiler

องค์ประกอบทางเคมี	กล้ามเนื้ออก			กล้ามเนื้อสะโพก		
	ไก่ประดู่หาง ดำเชียงใหม่	ไก่ ลูกผสม	ไก่ กระທ	ไก่ประดู่หาง ดำเชียงใหม่	ไก่ ลูกผสม	ไก่ กระທ
ความชื้น (g/100 g)	75.3	75.1	75.5	77*	76.8*	74.9
โปรตีน (g/100 g)	22.5*	22.9*	21.6	18.9*	18.4*	17.8
ไขมัน (g/100 g)	0.53*	1.38	1.29	1.64*	2.4*	7.85
คอเลสเตอรอล (mg/100 g)	10.5*	15.2	16.1	29.8*	51.1	86.2
ไตรกลีเซอไรด์ (g/100 g)	0.14*	0.15*	0.82	4.69*	5.7*	7.14

ที่มา: สันชัย จตุรสิทธา และคณะ (2554)

2.3 ไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่พันธุ์ลูกผสม ยังคงมีลักษณะเด่น ของไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่พันธุ์แท้ ซึ่งจะแตกต่างจากไก่ Broiler ทั้งคุณค่าทางโภชนาการ และรสชาติอร่อย ที่เหมาะสำหรับการปรุงอาหารที่หลากหลาย

3. การตรวจวิเคราะห์มาตรฐานอาหารปลอดภัย และยา

ผลิตภัณฑ์ไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่ ได้รับการรับรองมาตรฐานอาหารปลอดภัยจาก จูลินทรีย์ สารตกค้าง ยาปฏิชีวนะ บิด และพยาธิ จากบริษัท ห้องปฏิบัติการกลาง (ประเทศไทย) จำกัด เพื่อตรวจหาจำนวนแบคทีเรียทั้งหมด (Total aerobic plate count) *Staphylococcus aureus* และ *Salmonella* spp. และยาปฏิชีวนะ (Sulphadimidine, Steptomycin, Erythromycin, Oxytetracycline, Ciprofloxacin) โดยวิธี Micro-Assay พบว่าตัวอย่างที่ส่งตรวจอยู่ในเกณฑ์มาตรฐานด้านจุลชีววิทยาของเนื้อไก่แช่เย็นและแช่แข็งของกรมปศุสัตว์ และไม่พบยาปฏิชีวนะตกค้าง

3.1 การรับรองการปฏิบัติที่ดีสำหรับโรงฆ่าสัตว์ปีก (มาตรฐาน GMP)



4. เป้าหมายตลาด

- ไก่สดแช่แข็งเดือนละ 50 ตัวต่อสาขา
- ไข่ไก่เดือนละ 50 ฟองต่อสาขา

5. ผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอเพื่อเข้าสู่การตลาด

แบ่งออกเป็น 2 ชนิด คือ

5.1 ไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่แช่แข็ง (ทั้งตัว) พันธุ์แท้ เลี้ยงปล่อยธรรมชาติ

- น้ำหนักซาก 1.2-1.3 กิโลกรัม
- บรรจุถุงพลาสติก HDPE (High

Density Polyethylene)

- คิวระบบสุญญากาศ
- เก็บที่อุณหภูมิ -18 องศาเซลเซียส
- อายุผลิตภัณฑ์ 1 ปี



การบรรจุภัณฑ์ไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่แช่แข็ง(ทั้งตัว) พันธุ์แท้เลี้ยงปล่อยธรรมชาติ (Free rang)

5.2 ไข่ไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่ (พันธุ์แท้) เลี้ยงธรรมชาติ



- ไข่ไก่น้ำหนัก 55-60 กรัมต่อฟอง
- บรรจุในกล่องพลาสติก จำนวน 4 ฟองต่อแพ็ค
- ตราผลิตภัณฑ์
- สถานที่ผลิต
- วันที่ผลิตและหมดอายุ
- อายุผลิตภัณฑ์ 20 วัน

บรรจุภัณฑ์ไข่ไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่ (พันธุ์แท้) เลี้ยงปล่อยธรรมชาติ

6. ฉลากผลิตภัณฑ์

6.1 ฉลากผลิตภัณฑ์สำหรับไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่พันธุ์แท้เลี้ยงแบบปล่อยอิสระ (Free rang) มีรายละเอียดข้อความดังต่อไปนี้



- ✓ ตราสินค้า (LOGO)
- ✓ ชื่อสินค้า “Thai Black Tail” ทั้งภาษาไทย ญี่ปุ่น จีน และอังกฤษ
- ✓ ข้อความแสดงลักษณะสินค้า (Prime Product/ Thai Native Chicken)
- ✓ ข้อมูลโภชนาการ
- ✓ วันผลิต/หมดอายุ
- ✓ Lot. Num.
- ✓ วิธีบริโภค/วิธีเก็บรักษา
- ✓ ข้อความ “Food Safety” “มาตรฐาน GMP”
- ✓ ข้อความ Free Range
- ✓ อื่นๆ (ผลงานวิจัยร่วม สกว. และกรมปศุสัตว์)

ฉลากผลิตภัณฑ์ไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่แท้ (ทั้งตัว) พันธุ์แท้เลี้ยงปล่อยธรรมชาติ (Free rang)

6.2 ฉลากผลิตภัณฑ์สำหรับไข่ไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่มีรายละเอียดข้อความดังต่อไปนี้



- ✓ ตราสินค้า (LOGO)
- ✓ ชื่อสินค้า “Thai Black Tail Eggs”
- ✓ ข้อความแสดงลักษณะสินค้า ไข่ไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่ เลี้ยงแบบธรรมชาติ Free Range สดจากฟาร์ม คอเลสเตอรอลต่ำ และ Fresh from farm, Low Cholesterol
- ✓ จำนวนบรรจุ Eggs pack 4 pcs/pack
- ✓ วันผลิต/วันหมดอายุ
- ✓ วิธีบริโภค/วิธีเก็บรักษา
- ✓ แหล่งผลิต/จำหน่าย
- ✓ อื่นๆ

ฉลากผลิตภัณฑ์ที่ติดบนบรรจุภัณฑ์ไข่ไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่ เลี้ยงปล่อยธรรมชาติ

7. การประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์

7.1 ป้ายสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่

ป้ายแสดงหน้าตู้ผลิตภัณฑ์ (ขนาด 10 x 29.7 ซม.) โดยป้ายจะแสดงตราสัญลักษณ์ของไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่มี 2 แบบ ได้แก่

7.1.1 ป้ายแสดงหน้าตู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์สำหรับไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่แช่แข็ง/สด มีรายละเอียดข้อความดังต่อไปนี้



- ไก่พื้นเมืองไทยพันธุ์แท้
- เนื้อแน่นนุ่ม
- ไขมัน และคอเลสเตอรอลต่ำ (ไขมัน 0.53 ก./เนื้อ 100 ก. และคอเลสเตอรอล 10.5 มก./เนื้อ 100 ก.)
- เลี้ยงแบบอิสระ (Free Range)
- ผลิตภัณฑ์อาหารปลอดภัย (Food Safety)
- ผลงานวิจัยร่วมของ สกว. และกรมปศุสัตว์

7.1.2 ป้ายแสดงหน้าตู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์สำหรับไข่ไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่ มีรายละเอียดข้อความดังต่อไปนี้



- ไข่สดจากฟาร์ม
- คอเลสเตอรอลต่ำ
- เลี้ยงแบบธรรมชาติ
- อาหารปลอดภัย (Food Safety)
- ผลงานวิจัยร่วมของ สกว. และกรมปศุสัตว์

7.1.3 ป้ายประชาสัมพันธ์ (ขนาด 10 x 10 ซม.) **ระบุจุดจำหน่าย** เป็นสร้างการรับรู้ และ



ประชาสัมพันธ์เพื่อกระตุ้นการบริโภคโดยมีสัญลักษณ์ไก่ประดู่หางดำ เชียงใหม่ มีข้อความ “@ here” เป็นการบ่งบอกว่าไก่ประดู่หางดำ เชียงใหม่ มีจำหน่าย ณ ที่นี้



การวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ไก่ประดู่หางดำ เชียงใหม่ แซ่แข็งทั้งตัว (ก) ไก่ไก่ประดู่หางดำ เชียงใหม่ (ข)

7.2 จัดกิจกรรมชิมผลิตภัณฑ์ไก่ประดู่หางดำ เชียงใหม่

จัดกิจกรรม ทุกวันเสาร์-อาทิตย์ ณ ห้างสรรพสินค้าริมปิงสาขามีโชคพลาซ่า โดยการจัดบูท ชิมพร้อมแจกโบชัวร์ความรู้เกี่ยวกับไก่ประดู่หางดำ เชียงใหม่ และโบชัวร์ เมนูอาหารจากไก่ประดู่หางดำ เชียงใหม่ เพื่อประชาสัมพันธ์ไก่ประดู่หางดำ เชียงใหม่ ให้เป็นที่รู้จัก รวมทั้งจะช่วยเพิ่มปริมาณการจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ให้สูงขึ้น



การจัดบูทชิมพร้อมแจกโบชัวร์ความรู้เพื่อประชาสัมพันธ์ไก่ประดู่หางดำ เชียงใหม่

8. คู่แข่งทางการตลาด

คู่แข่งทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่ ในห้างสรรพสินค้าริมปิงเชียงใหม่ มีทั้งไก่แซ่แข็ง ไก่สด และไข่ไก่ รายละเอียดดัง**ตารางผนวกที่ 4**

ตารางผนวกที่ 4 คู่แข่งทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่

คู่แข่งทางการตลาด		จุดแข็ง/จุดอ่อนของผลิตภัณฑ์ ไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่	กลยุทธ์การตลาด
ผลิตภัณฑ์ไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่พันธุ์แท้เลี้ยงปล่อยอิสระ (Free rang)			
ไก่ฟ้า		จุดแข็ง 1) ราคาขายที่ 1,600 บาทต่อกิโลกรัม 2) น้ำหนักประมาณ 0.8-0.9 กิโลกรัมต่อตัว 3) บรรจุด้วยพลาสติก	การใช้กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นให้ผู้บริโภคเห็นถึงความสำคัญในการเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์ไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่ เช่น 1) การให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพของผู้บริโภค เช่น การมีไขมัน และคอเลสเตอรอลต่ำ 2) การจัดกิจกรรมชิมผลิตภัณฑ์ไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่ ทุกวันเสาร์-อาทิตย์ เพื่อให้ผู้บริโภครู้จักผลิตภัณฑ์ไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่
ไก่เนื้อดำ		1) ราคาขายที่ 249 บาท ต่อกิโลกรัม 2) น้ำหนักประมาณ 0.5-0.6กก.ต่อตัว 3) บรรจุด้วยพลาสติก	3) การประชาสัมพันธ์ว่าเป็นผลิตภัณฑ์อาหารปลอดภัย ปลอดภัย ปณิธานมีข้อความ Food Safety
จุดอ่อน		ต่ำกว่าและเนื้อดำ	
จุดอ่อน		- ผลิตภัณฑ์ไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่ ยังไม่เป็นที่รู้จัก ผู้บริโภคไม่เคยรับประทาน	

คู่แข่งทางการตลาด		จุดแข็ง/จุดอ่อนของผลิตภัณฑ์ ไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่	กลยุทธ์การตลาด
ผลิตภัณฑ์ไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่พันธุ์ผสม			
ไก่ตะนาวศรี		จุดแข็ง 1) เป็นไก่พื้นเมืองพันธุ์ลูกผสม (ผสมกับไก่โรด) ที่ยังมีเนื้อที่เหนียวนุ่มกว่าไก่ Broiler 2) เป็นไก่พื้นเมือง ที่เลี้ยงโดยวิธีธรรมชาติ ปลอดภัย ปลอดภัย ปฏิชีวนะ 3) มีไขมัน และคอเลสเตอรอลต่ำ 4) ราคาขายที่ 185 บาทต่อกิโลกรัม (ราคาเปรียบเทียบจะสูงกว่าไก่ตะนาวศรี และไก่ Broiler)	1) การให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพของผู้บริโภค เช่น การมีไขมัน และคอเลสเตอรอลต่ำกว่าไก่ Broiler 2) การจัดกิจกรรมชิมผลิตภัณฑ์ไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่ ทุกวันเสาร์-อาทิตย์ เพื่อให้ผู้บริโภคได้รู้จักผลิตภัณฑ์ไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่ 3) การประชาสัมพันธ์ว่าเป็นผลิตภัณฑ์อาหารปลอดภัย ปลอดภัย ปฏิชีวนะ มีความ Food Safety
ไก่ Broiler (นำเข้าในออก) ของเบทาโกร		จุดอ่อน 1) ราคาขายที่ 95 บาทต่อกิโลกรัม 2) น้ำหนักประมาณ 0.9-1.1 กิโลกรัม 3) ไม่มีฉลากแสดงรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ - ผลิตภัณฑ์ไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่ ยังไม่เป็นที่รู้จัก ผู้บริโภคไม่เคยรับประทาน	

ตารางผนวกที่ 4 (ต่อ)

คู่แข่งทางการตลาด		จุดแข็ง/จุดอ่อนของผลิตภัณฑ์ คู่แข่งรายใหม่		กลยุทธ์การตลาด
ผลิตภัณฑ์ไข่ไก่ประจําทางค้าปลีกใหม่				
ไข่ไก่คอต (ไข่ไก่พื้นเมือง)		จุดแข็ง		
1) บรรจุในชะลอมหวาย	1) บรรจุแพ็คพลาสติก สะดวกในการจัดเก็บ			1) การให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพของผู้บริโภค เช่น เป็นไข่ไก่ปลอดสเตอรอยด์ต่ำ
2) ขนาดบรรจุ 10 ฟองต่อแพ็ค	2) เป็นไข่ที่ได้จากไก่ที่เลี้ยงโดยวิธีธรรมชาติ			2) การประชาสัมพันธ์ว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้จากไก่ที่เลี้ยงโดยวิธีธรรมชาติ ไม่มีสารเคมีตกค้าง ไม่มียาปฏิชีวนะ
3) ราคา 50 บาทต่อแพ็ค (ฟองละ 5 บาทต่อฟอง)	3) ไม่มีสารเคมีตกค้าง ไม่มียาปฏิชีวนะ			3) ตลาดผลิตภัณฑ์ต้องให้รายละเอียดผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน มีสีสันสดสวย ดึงดูดความสนใจผู้บริโภค มองเห็นได้ทั้งด้านบน และด้านล่างของบรรจุภัณฑ์
4) ตลาดทำโดยการถ่ายทอดสาร	จุดอ่อน			
	- ราคาแพ็คละ 35 บาท (ฟองละ 8.75 บาทต่อฟอง) (ราคาเปรียบเทียบจะสูงกว่าคู่แข่ง)			
ไข่ Hmmm Egg (ไข่ไก่เชิงพาณิชย์)				
1) ขนาดบรรจุ 4 ฟอง				
2) ราคา 23 บาทต่อแพ็ค (ฟองละ 5.75 บาทต่อฟอง)				
3) ตลาดไม่สะดวก				

9. จำนวนผลิตภัณฑ์ และการกำหนดราคา ที่กระจายสู่ริมปีง ชุปเปอร์มาร์เก็ต 3 สาขา
มีรายละเอียดดังนี้

- 9.1 ไก่แช่แข็ง จำนวน 100 ตัวต่อเดือน
- ริมปีง ชุปเปอร์มาร์เก็ตสาขา นิมซิตี้ เคลี่ จำนวน 20 ตัว
 - ริมปีง ชุปเปอร์มาร์เก็ตสาขา มิโซคพลาซ่า จำนวน 50 ตัว
 - ริมปีง ชุปเปอร์มาร์เก็ตสาขา นวรัฐ จำนวน 30 ตัว
- 9.2 ไช้ไก่ จำนวน 50 แพ็คต่อเดือน

10. ต้นทุนผลิตภัณฑ์ไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่

10.1 ต้นทุนไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่แช่แข็ง

ต้นทุน และกำไรของไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่ แช่แข็งทั้งตัวพันธุ์แท้ (ตลาดระดับบน)

(หน่วย: บาท)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ	หมายเหตุ
ต้นทุนผลิตภัณฑ์	200.09	78.93	
1) ต้นทุนการผลิตผันแปร	147.92	58.35	
- ไก่มีชีวิต	135.00		น้ำหนักเฉลี่ย 1.5ก.ก./ตัว ราคา 90 บาท/ก.ก.
- ค่าใช้จ่ายในการเชือดไก่	4.80		
- ค่าห้องเย็น	3.12		2.40 บาท/ก.ก. (พรีเมียมห้องเย็น)
- ค่าขนส่ง	5.00		
2) ค่าใช้จ่ายด้านการตลาด	6.54	2.58	
- ค่าบรรจุภัณฑ์	4.04		
- อื่นๆ (การประชาสัมพันธ์ชิมไก่)	2.50		
3) ค่าการตลาด (18% ของมูลค่าขาย)	45.63	18.00	
รายได้จากการจำหน่าย			
มูลค่าขายเฉลี่ย (บาท/ตัว)	253.50	100.00	ราคาขาย 195 บาท/ก.ก. (น้ำหนักซาก 1.3 กก.)
กำไร (เฉลี่ยต่อตัว)	53.41		
อัตรากำไร		21.07	

10.2 ต้นทุนไข่ไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่

ต้นทุน และกำไรของไข่ไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่

(หน่วย: บาท/ฟอง)			
รายการ	มูลค่า	ร้อยละ	หมายเหตุ
1. ต้นทุนผลิตภัณฑ์ต่อฟอง	22.00	77.38	
ไข่ไก่ (ฟองละ 4 ฟอง)	22.00		ต้นทุนไข่ไก่ ณ ระดับฟาร์ม 5.50 บาท/ฟอง
2. ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	6.43		
2.1 ค่าการตลาดต่อฟอง	4.20	14.77	12 % ของมูลค่าขาย
2.2 ค่าขนส่งต่อฟอง	1.33		คำนวณ ณ 75 ฟอง/ครั้ง
2.3 บรรจุภัณฑ์ (กล่อง/स्टีกเกอร์)	0.90		ต่อฟอง
3. ต้นทุนรวมต่อฟอง	28.43	100.00	
4. ราคา/มูลค่าขายต่อฟอง	35.00		กำหนดราคาขายระดับใกล้เคียงไข่ไก่อออร์แกนิก
กำไรสุทธิ	6.57	23.11	
อัตรากำไรสุทธิ	18.77%		

11. การส่งเสริม

การขนส่งผลิตภัณฑ์ไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่แช่แข็ง และไข่ไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่ ตู้ห้างริมฝั่ง ชุบเปอร์มาร์เก็ต 3 สาขา ทางโครงการบรรจุผลิตภัณฑ์ไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่ ในกล่องโฟมที่อัดด้วยน้ำแข็งไว้เพื่อรักษาอุณหภูมิของผลิตภัณฑ์ แล้วนำส่งให้ห้างริมฝั่งโดยใช้รถกระบะ ส่งผลิตภัณฑ์ในช่วงเวลา 6.00 น.- 9.00 น. (ก่อนห้างเปิด) ที่ห้างสรรพสินค้าริมฝั่งแต่ละแห่ง

นำเสนอโดย

โครงการ "ระบบการสร้างอาชีพการเลี้ยงไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่ อย่างยั่งยืน"

คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ 63 หมู่ที่ 4 ตำบลหนองหาร อำเภอ สันทราย จังหวัดเชียงใหม่

โทร. 086-4209651, 086-4285364, 081-9517391

เบอร์โทรศัพท์/ แฟกซ์ 053-326259

E-mail /facebook : kaipradoo_cm@hotmail.com

แผนการตลาดไปรษณูปรับปรุงห้างค้าปลีกใหม่
สำหรับห้างสรรพสินค้าแม็คโคร

1. ข้อมูลทั่วไป

การตลาดไปรษณูปรับปรุงห้างค้าปลีกใหม่ในห้างสรรพสินค้าแม็คโคร เขตภาคเหนือทั้ง 9 สาขาใน 7 จังหวัด ได้แก่ เชียงใหม่ ลำพูน ลำปาง เชียงราย พิชญ์โลก นครสวรรค์ และกำแพงเพชร

จังหวัด	สาขา	ที่อยู่	เบอร์โทรศัพท์
เชียงใหม่	3	1) สาขาหนองป่าครั่ง ที่อยู่ 152 หมู่ที่ 6 ตำบลหนองป่าครั่ง อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ 50000 อีเมล: store6@siammakro.co.th	โทร. : 0-5311-6200 แฟกซ์ : 0-5311-6217
		2) สาขาหางดง ที่อยู่ 191 หมู่ที่ 7 ตำบลแม่เหียะ อำเภอเมือง เชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ 50100 อีเมล: store41@siammakro.co.th	โทร. : 0-5344-7799 แฟกซ์ : 0-5344-7804
		3) สาขาแมริม ที่อยู่ 212 หมู่ที่ 4 ตำบลแม่สา อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่ 50180 อีเมล: store50@siammakro.co.th	โทร. : 0-5329-8212 แฟกซ์ : 0-5329-8928
ลำพูน	1	204 หมู่ที่ 4 ตำบลบ้านกลาง อำเภอเมืองลำพูน จังหวัดลำพูน 51000 อีเมล : store34@siammakro.co.th	โทร. : 0-5358-1285 แฟกซ์ : 0-5358-1333
ลำปาง	1	110/3 ถนนไฮเวย์-ลำปาง-งาว ตำบลพระบาท อำเภอเมือง ลำปาง จังหวัดลำปาง 52000 อีเมล : store52@siammakro.co.th	โทร. : 0-5423-0111 แฟกซ์ : 0-5423-1767
เชียงราย	1	12 หมู่ที่ 7 ตำบลบ้านดู่ อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย 57100 อีเมล : store23@siammakro.co.th	โทร. : 0-5370-3688 แฟกซ์ : 0-5370-3679
พิชญ์โลก	1	1199 ถนนบรมไตรโลกนารถ 2 ตำบลในเมือง อำเภอเมือง พิชญ์โลก จังหวัดพิชญ์โลก 65000 อีเมล : store11@siammakro.co.th	โทร. : 0-5521-8765 แฟกซ์ : 0-5521-8764
นครสวรรค์	1	67/15 หมู่ที่ 6 ตำบลนครสวรรค์ออก อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ 60000 อีเมล : store16@siammakro.co.th	โทร. : 0-5632-5200 แฟกซ์ : 0-5632-5210
กำแพงเพชร	1	889 ถนนราชดำเนิน 1 ตำบลในเมือง อำเภอเมืองกำแพงเพชร จังหวัดกำแพงเพชร 62000 อีเมล : store45@siammakro.co.th	โทร. : 0-5571-7777 แฟกซ์ : 0-5571-7912

2. คุณลักษณะพิเศษของไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่

1) เป็นไก่พื้นเมืองไทยพันธุ์แท้/ลูกผสม ที่ได้รับการพัฒนาสายพันธุ์ โดยเป็นผลงานวิจัยร่วมระหว่างกรมปศุสัตว์ และ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)



(ก)



(ข)

การเลี้ยงไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่ (พันธุ์แท้) (ก) และลูกผสม (ข) ของเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการฯ

2) การเลี้ยงด้วยอาหาร และหญ้า (อาจมีวัตถุดิบ ทางการเกษตร ตามพื้นที่เสริม) ทำให้กล้ามเนื้อ มีความนุ่ม แน่น มีไขมัน และคอเลสเตอรอลต่ำ

คุณค่าทางโภชนาการของไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่ที่แตกต่างจากไก่ Broiler

องค์ประกอบทางเคมี	กล้ามเนื้ออก			กล้ามเนื้อสะโพก		
	ไก่ประดู่หาง ดำเชียงใหม่	ไก่ ลูกผสม	ไก่ กระທ	ไก่ประดู่หาง ดำเชียงใหม่	ไก่ ลูกผสม	ไก่ กระທ
ความชื้น (g/100 g)	75.3	75.1	75.5	77*	76.8*	74.9
โปรตีน (g/100 g)	22.5*	22.9*	21.6	18.9*	18.4*	17.8
ไขมัน (g/100 g)	0.53*	1.38	1.29	1.64*	2.4*	7.85
คอเลสเตอรอล (mg/100 g)	10.5*	15.2	16.1	29.8*	51.1	86.2
ไตรกลีเซอไรด์ (g/100 g)	0.14*	0.15*	0.82	4.69*	5.7*	7.14

ที่มา: สัตย์ชัย จตุรสิทธา และคณะ (2554)

3) ไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่พันธุ์ลูกผสม ยังคงมีลักษณะเด่น ของไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่พันธุ์แท้ ซึ่งจะแตกต่างจากไก่ Broiler ทั้งคุณค่าทางโภชนาการ และรสชาติอร่อย ที่เหมาะสำหรับการปรุงอาหารที่หลากหลาย

[illegible]

4. เป้าหมายตลาด

ผลิตภัณฑ์ไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่แซ่แข็ง (ทั้งตัว) จำหน่ายสาขาละ 100 ตัวต่อเดือน

5. ข้อกำหนดผลิตภัณฑ์ไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่แซ่แข็ง (ทั้งตัว)

ข้อกำหนดเพื่อทำการตลาด มีดังนี้

- น้ำหนักซาก 1.3-1.5 กิโลกรัม
- บรรจุถุงพลาสติก PE (Polyethylene) บรรจุด้วยระบบสุญญากาศแยกเป็นตัว และบรรจุในถุงพลาสติกอีกชั้นจำนวน 5 ตัว ต่อถุง
- เก็บที่อุณหภูมิ -18 องศาเซลเซียส
- อายุผลิตภัณฑ์ 1 ปี



บรรจุภัณฑ์ไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่แซ่แข็ง (ทั้งตัว)

6. ฉลากผลิตภัณฑ์ สำหรับไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่พันธุ์แท้ และลูกผสมแช่แข็ง (ทั้งตัว)

มีรายละเอียดข้อความดังต่อไปนี้



(ก) พันธุ์แท้

- ✓ ตราสินค้า (LOGO)
- ✓ ชื่อสินค้า “Thai Black Tail”
- ✓ ข้อความแสดงลักษณะสินค้า (Chewy Tasty Thai Native Chicken) ไก่พื้นเมืองไทย พันธุ์แท้ เนื้อนุ่ม แน่น
- ✓ ข้อความ มาตรฐาน GMP
- ✓ ข้อความ เครื่องในบรรจุแยกถุง
- ✓ Lot. Num.
- ✓ วิธีบริโภค/วิธีเก็บรักษา
- ✓ แหล่งผลิต/จำหน่าย
- ✓ อื่นๆ



(ข) ลูกผสม

- ✓ ตราสินค้า (LOGO)
- ✓ ชื่อสินค้า “Thai Black Tail”
- ✓ ข้อความแสดงลักษณะสินค้า (Chewy Tasty Thai Native Chicken) ไก่พื้นเมืองไทย เนื้อนุ่ม แน่น
- ✓ ข้อความ มาตรฐาน GMP
- ✓ ข้อความ เครื่องในบรรจุแยกถุง
- ✓ Lot. Num.
- ✓ วันผลิต/วันหมดอายุ
- ✓ วิธีบริโภค/วิธีเก็บรักษา
- ✓ แหล่งผลิต/จำหน่าย
- ✓ อื่นๆ

7. การประชาสัมพันธ์ ผลิตภัณฑ์

7.1 การจัดทำป้ายสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ ของผลิตภัณฑ์ไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่

1) จัดทำป้ายแสดงหน้าตู้ผลิตภัณฑ์ขนาด 10 x 29.7 ซม. และขนาด 10 x 10 ซม. เพื่อสร้างการรับรู้ และประชาสัมพันธ์เพื่อกระตุ้นการบริโภคโดยมีสัญลักษณ์ไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่ ป้ายแสดงตราสัญลักษณ์ของไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่มีรายละเอียดข้อความดังต่อไปนี้



- ไก่พื้นเมืองไทยพันธุ์แท้
- เนื้อแน่นนุ่ม
- ไขมันและคอเลสเตอรอลต่ำ
- ผลงานวิจัยร่วมของ สกว. และกรมปศุสัตว์

2) ป้ายประชาสัมพันธ์ (ขนาด 10 x 10 ซม.) **ระบุจุดจำหน่าย** เป็นสร้างการรับรู้ และประชาสัมพันธ์เพื่อกระตุ้นการบริโภคโดยมีสัญลักษณ์ไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่ มีข้อความ “@ here” เป็นการบ่งบอกว่าไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่มีจำหน่าย ณ ที่นี้



การวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่พันธุ์แท้ และลูกผสมแท้ทั้งตัว

7.2 การจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่

จัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่ ทุกวันเสาร์-อาทิตย์สำหรับบางสาขา เช่น เชียงใหม่ ลำพูน ก่อนเป็นอันดับแรก และจะปรับเปลี่ยนสาขาอื่นๆ ต่อเนื่องในการจัดกิจกรรมเป็นการจัดบู๊ทхим พร้อมแจกโบชัวร์ให้ความรู้เกี่ยวกับไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่ และโบชัวร์เมนูอาหารจากไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่ เพื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ และวิธีการในการบริโภคให้เป็นที่ยอมรับรวมทั้งช่วยส่งเสริมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์



การประชาสัมพันธ์เมนูอาหารจากไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่ ณ ห้างสรรพสินค้าแม็คโคร จังหวัดเชียงใหม่

8. แผนการส่งสินค้า

- 1) ในการส่งครั้งแรกสาขาละ 50-100 ตัว (9 สาขา)
- 2) การส่งครั้งถัดไปทุกๆ 2 สัปดาห์ เดิมเดิมยอดส่งครั้งแรกหากยอดขายมีการเคลื่อนไหวเร็วสามารถส่งได้เร็วขึ้น
- 3) มีรถขนส่งผลิตภัณฑ์นำส่งสินค้าให้แก่สาขาตามเวลานัดหมาย

9. ต้นทุนผลิตภัณฑ์ไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่

ต้นทุน และกำไรของไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่ แข่งขันทั้งตัวพันธุ์แท้ (ตลาดระดับกลาง-Marko)

(หน่วย: บาท)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ	หมายเหตุ
ต้นทุนผลิตภัณฑ์	175.31	73.97	
1) ต้นทุนการผลิตพันธุ์	166.40	70.21	
- ไก่มีชีวิต	153.00		น้ำหนักเฉลี่ย 1.8 กก./ตัว ราคา 85 บาท/กก.
- ค่าใช้จ่ายในการเชือดไก่	4.80		
- ค่าห้องเย็น	3.60		2.40 บาท/กก. (พรีเมียมห้องเย็น)
- ค่าขนส่ง	5.00		
2) ค่าใช้จ่ายด้านการตลาด	6.54	2.76	
- ค่าบรรจุภัณฑ์	4.04		
- อื่นๆ (การประชาสัมพันธ์ชิมไก่)	2.50		
3) ค่าการตลาด (1% ของมูลค่าขาย)	2.37	18.00	
รายได้จากการจำหน่าย			
มูลค่าขายเฉลี่ย (บาท/ตัว)	237.00	100.00	ราคาขาย 158 บาท/กก. (น้ำหนักซาก 1.5 กก.)
กำไร (เฉลี่ยต่อตัว)	61.69		
อัตรากำไร		26.03	

หมายเหตุ ค่าใช้จ่ายในการเชือดไก่ ป.พ.ม. ไก่สด (3 บาท/กก. เฉลี่ย 4.8 บาท) ไก่จัมโบ้ตัวละ 12 บาท

นำเสนอโดย

โครงการ "ระบบการสร้างอาชีพการเลี้ยงไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่ อย่างยั่งยืน"

คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ 63 หมู่ที่ 4 ตำบลหนองหาร อำเภอ สันทราย จังหวัดเชียงใหม่

โทร. 086-4209651, 086-4285364, 081-9517391

เบอร์โทรศัพท์/ แฟกซ์ 053-326259

E-mail /facebook : kaipradoo_cm@hotmail.com

แผนการตลาดไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่ สำหรับ ห้างสรรพสินค้าเทสโก้โลตัส

1. ข้อมูลทั่วไป

ทำแผนการตลาดผลิตภัณฑ์ไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่สำหรับห้างสรรพสินค้าเทสโก้โลตัส จังหวัดเชียงใหม่ 2 สาขา ได้แก่



1. เทสโก้โลตัส สาขาคำเที่ยง ที่อยู่ เลขที่ 19 ถนน
กาดคำเที่ยง ตำบลป่าตัน อำเภอเมือง จังหวัด
เชียงใหม่ 50000 โทร 053- 872-777 ต่อ 97
2. เทสโก้โลตัส สาขาหางดง ตำบลป่าแดด อำเภอ
เมือง จังหวัดเชียงใหม่

2. คุณลักษณะพิเศษของไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่

1) เป็นไก่พื้นเมืองไทยพันธุ์แท้/ลูกผสม ที่ได้รับการพัฒนาสายพันธุ์ โดยเป็นผลงานวิจัยร่วมระหว่างกรมปศุสัตว์ และ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)



(ก)



(ข)

การเลี้ยงไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่ (พันธุ์แท้) (ก) และลูกผสม (ข) ของเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการฯ

2) การเลี้ยงด้วยอาหาร และหญ้า (อาจมีวัตถุดิบ ทางการเกษตร ตามพื้นที่เสริม) ทำให้กล้ามเนื้อมีความนุ่ม แน่น มีไขมัน และคอเลสเตอรอลต่ำ

คุณค่าทางโภชนาการของไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่ที่แตกต่างจากไก่ Broiler

องค์ประกอบทางเคมี	กล้ามเนื้ออก			กล้ามเนื้อสะโพก		
	ไก่ประดู่หาง	ไก่	ไก่	ไก่ประดู่หาง	ไก่	ไก่
	ดำเชียงใหม่	ลูกผสม	กระທ	ดำเชียงใหม่	ลูกผสม	กระທ
ความชื้น (g/100 g)	75.3	75.1	75.5	77*	76.8*	74.9
โปรตีน (g/100 g)	22.5*	22.9*	21.6	18.9*	18.4*	17.8
ไขมัน (g/100 g)	0.53*	1.38	1.29	1.64*	2.4*	7.85
คลอเลสเตอรอล (mg/100 g)	10.5*	15.2	16.1	29.8*	51.1	86.2
ไตรกลีเซอไรด์ (g/100 g)	0.14*	0.15*	0.82	4.69*	5.7*	7.14

ที่มา: ศัญชัย จตุรลิตธา และคณะ (2554)

3) ไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่พันธุ์ลูกผสม ยังคงมีลักษณะเด่น ของไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่พันธุ์แท้ ซึ่งจะแตกต่างจากไก่ Broiler ทั้งคุณค่าทางโภชนาการ และรสชาติอร่อย ที่เหมาะสำหรับการปรุงอาหารที่หลากหลาย

3. การรับรองมาตรฐาน

ผลิตภัณฑ์ไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่ ได้รับการรับรองมาตรฐานการปฏิบัติที่ดีของโรงฆ่าสัตว์ และอยู่ในเกณฑ์มาตรฐานด้านจุลชีววิทยาของเนื้อไก่แช่แข็งตามมาตรฐานกรมปศุสัตว์ ไม่พบยาปฏิชีวนะตกค้าง (Sulphadimidine, Steptomycin, Erythromycin, Oxytetracycline, Ciprofloxacin) และสารพิษตกค้างในผลิตภัณฑ์ มีรายละเอียดดังนี้

3.1 การรับรองการปฏิบัติที่ดีสำหรับโรงฆ่าสัตว์ปีก (มาตรฐาน GMP)



3.2 ผลการรับรองการวิเคราะห์ตามมาตรฐานกรมปศุสัตว์



สำนักปศุสัตว์จังหวัดเชียงใหม่
Chiangmai Branch : สำนักปศุสัตว์เชียงใหม่
Tel : 053-2556111, 053-2556112, 053-2556113, 053-2556114
Fax : 053-2556115, 053-2556116, 053-2556117, 053-2556118
E-mail : dsd@cm.doe.go.th, dsd@cm.doe.go.th, dsd@cm.doe.go.th, dsd@cm.doe.go.th



สำนักปศุสัตว์จังหวัดเชียงใหม่
Chiangmai Branch : สำนักปศุสัตว์เชียงใหม่
Tel : 053-2556111, 053-2556112, 053-2556113, 053-2556114
Fax : 053-2556115, 053-2556116, 053-2556117, 053-2556118
E-mail : dsd@cm.doe.go.th, dsd@cm.doe.go.th, dsd@cm.doe.go.th, dsd@cm.doe.go.th

Issue Date: June 19, 2012
Report No.: TR (CM) 55/08227
Page: 1 of 2

Issue Date: June 19, 2012
Report No.: TR (CM) 55/08227
Page: 2 of 2

TEST REPORT

Customer Name and Address	Value Creation of Pradu-Hangdam Chicken to The Consumer's Perception in Chiangmai Province Faculty of Economics Menjo University
Sample Description	Thai Black Tail Chicken
Sample Code	CM-55/08691
Sample Characteristic and Condition	Sample type : Chicken Packaging : plastic bag, tightly sealed. Quantity : 1 bag, weight/volume : 760 g. Receipt condition : chilling, normal condition.
Received Date	June 5, 2012
Test Date	June 5 - 19, 2012

Test Items	Test Results	Units	LOD	Reference Methods
Total Plate Count	2.0 x 10 ⁴	CFU/g	-	FDA BAM Online, 2001 (Ch. 3)
<i>Staphylococcus aureus</i>	< 10	MPN/g	-	FDA BAM Online, 2001 (Ch. 12)
<i>Salmonella</i> spp.	Not Detected	in 25 g	-	ISO 6579: 2002 (E)
Coliform Bacteria	1,100	MPN/g	-	FDA BAM Online, 2002 (Ch. 4)
<i>Escherichia coli</i>	120	MPN/g	-	FDA BAM Online, 2002 (Ch. 4)
Micro Assay [©]	Not Detected	-	-	Department of Livestock Development, Thailand

Remarks : [©] Marked tests are subcontracting result.

This report is certified only on the sample tested.
This report shall not be reproduced, except in full, without prior approval of the company.
TRM-QP-24-01-002-003(14/0932)P1/2 - CM



สำนักปศุสัตว์จังหวัดเชียงใหม่
Chiangmai Branch : สำนักปศุสัตว์เชียงใหม่
Tel : 053-2556111, 053-2556112, 053-2556113, 053-2556114
Fax : 053-2556115, 053-2556116, 053-2556117, 053-2556118
E-mail : dsd@cm.doe.go.th, dsd@cm.doe.go.th, dsd@cm.doe.go.th, dsd@cm.doe.go.th



สำนักปศุสัตว์จังหวัดเชียงใหม่
Chiangmai Branch : สำนักปศุสัตว์เชียงใหม่
Tel : 053-2556111, 053-2556112, 053-2556113, 053-2556114
Fax : 053-2556115, 053-2556116, 053-2556117, 053-2556118
E-mail : dsd@cm.doe.go.th, dsd@cm.doe.go.th, dsd@cm.doe.go.th, dsd@cm.doe.go.th

Issue Date: June 19, 2012
Report No.: TR (CM) 55/08227
Page: 2 of 2

Issue Date: June 19, 2012
Report No.: TR (CM) 55/08227
Page: 2 of 2

Analysis Results

Test Items	Test Results	Units	LOD	Reference Methods
Organochlorine group *				
Total BHC	Not Detected	mg/kg	-	In-house method TE-CH-030 based on Shitwanchar, H.
• Alpha - BHC	Not Detected	mg/kg	0.005	Universal 5 min On-Line method for Extracting and Isolating
• Beta - BHC	Not Detected	mg/kg	0.005	Pesticide residue and Industrial Chemicals Forensic Z. Chem 1985 No.1155
• Gamma - BHC (Lindane)	Not Detected	mg/kg	0.005	
Heptachlor/Hephtachlor epoxide	Not Detected	mg/kg	0.005	
Aldrin/Dieldrin	Not Detected	mg/kg	0.005	
Total DDT	Not Detected	mg/kg	0.005	
Total Chlordane	Not Detected	mg/kg	0.005	
Endrin	Not Detected	mg/kg	0.005	
Hexachlorobenzene (HCB)	Not Detected	mg/kg	0.005	

Remarks : * Marked tests are not accredited by DMS.

Approved by: 
Mrs. Chamoy Thonglae)
Director,
Laboratory Service Chiangmai Office
CERTIFIED

This report is certified only on the sample tested.
This report shall not be reproduced, except in full, without prior approval of the company.
TRM-QP-24-01-002-003(14/0932)P2/2 - CM

4. เป้าหมายตลาด

ผลิตภัณฑ์ไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่แช่แข็ง (ทั้งตัว) จำหน่ายสาขาละ 10 ตัวต่อเดือน

5. ข้อกำหนดผลิตภัณฑ์ไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่แช่แข็ง (ทั้งตัว)

ข้อกำหนดผลิตภัณฑ์ไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่แช่แข็ง (ทั้งตัว) เพื่อทำการตลาด มีดังนี้

- น้ำหนักซาก ไม่ต่ำกว่า 1.3 กิโลกรัม
- บรรจุถุงพลาสติก PE (Polyethylene) บรรจุด้วยระบบสุญญากาศแยกเป็นตัว ฉลากติดบริเวณอกไก่
- เก็บที่อุณหภูมิ -18 องศาเซลเซียส
- อายุผลิตภัณฑ์ 1 ปี



บรรจุภัณฑ์ไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่แช่แข็ง (ทั้งตัว)

6. ฉลากผลิตภัณฑ์ สำหรับไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่แซ่แข็ง (ทั้งตัว) พันธุ์แท้ และลูกผสม มีรายละเอียดข้อความดังต่อไปนี้



(ก) พันธุ์แท้

- ✓ ตราสินค้า (LOGO)
- ✓ ชื่อสินค้า “Thai Black Tail”
- ✓ ข้อความแสดงลักษณะสินค้า (Chewy Tasty Thai Native Chicken) ไก่พื้นเมืองไทย พันธุ์แท้ เนื้อนุ่ม แน่น
- ✓ ข้อความ มาตรฐาน GMP
- ✓ ข้อความ เครื่องในบรรจุแยกถุง
- ✓ Lot. Num.
- ✓ วิธีบริโภค/วิธีเก็บรักษา
- ✓ แหล่งผลิต/จำหน่าย
- ✓ อื่นๆ



(ข) ลูกผสม

- ✓ ตราสินค้า (LOGO)
- ✓ ชื่อสินค้า “Thai Black Tail”
- ✓ ข้อความแสดงลักษณะสินค้า (Chewy Tasty Thai Native Chicken) ไก่พื้นเมืองไทย เนื้อนุ่ม แน่น
- ✓ ข้อความ มาตรฐาน GMP
- ✓ ข้อความ เครื่องในบรรจุแยกถุง
- ✓ Lot. Num.
- ✓ วันผลิต/วันหมดอายุ
- ✓ วิธีบริโภค/วิธีเก็บรักษา
- ✓ แหล่งผลิต/จำหน่าย
- ✓ อื่นๆ

7. การประชาสัมพันธ์ ผลิตภัณฑ์

7.1 การจัดทำป้ายสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ ของผลิตภัณฑ์ไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่

1) จัดทำป้ายแสดงหน้าตู้ผลิตภัณฑ์ขนาด 10 x 29.7 ซม. และขนาด 10 x 10 ซม. เพื่อสร้างการรับรู้ และประชาสัมพันธ์เพื่อกระตุ้นการบริโภคโดยมีสัญลักษณ์ไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่ ป้ายแสดงตราสัญลักษณ์ของไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่มีรายละเอียดข้อความดังต่อไปนี้



- ไก่พื้นเมืองไทยพันธุ์แท้
- เนื้อแน่นนุ่ม
- ไขมันและคอเลสเตอรอลต่ำ
- ผลงานวิจัยร่วมของ สกว. และกรมปศุสัตว์

2) ป้ายประชาสัมพันธ์ (ขนาด 10 x 10 ซม.) **ระบุจุดจำหน่าย** เป็นสร้างการรับรู้ และ



ประชาสัมพันธ์เพื่อกระตุ้นการบริโภคโดยมีสัญลักษณ์ไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่ มีข้อความ “@ here” เป็นการบ่งบอกว่าไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่มีจำหน่าย ณ ที่นี้



การวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่พันธุ์แท้ และลูกผสมแช่แข็งทั้งตัว

7.2 การจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่

จัดกิจกรรมทุกวันเสาร์-อาทิตย์ในการจัดกิจกรรมเป็นการจัดบูทชิม พร้อมแจกโบชัวร์ให้ความรู้เกี่ยวกับไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่ และ โบชัวร์เมนูอาหารจากไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่ เพื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ และวิธีการบริโภคให้เป็นที่ยอมรับรวมทั้งช่วยส่งเสริมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์

8. แผนการส่งสินค้า

1. ในการส่งครั้งแรกสาขาละ 20 ตัว (2 สาขา)
2. การส่งครั้งถัดไปทุกๆ 2 สัปดาห์ เดิมเดิมยอดส่งครั้งแรกหากยอดขายมีการเคลื่อนไหวเร็วสามารถส่งได้เร็วขึ้น
3. มีรถขนส่งผลิตภัณฑ์นำส่งสินค้าให้แต่ละสาขาตามเวลานัดหมาย

9. ต้นทุนผลิตภัณฑ์ไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่

ต้นทุน และกำไรของไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่ แซ่แข็งทั้งตัวพันธุ์แท้ (ตลาดระดับกลาง-Tesco Lotus)

(หน่วย: บาท)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ	หมายเหตุ
ต้นทุนผลิตภัณฑ์	173.36	78.80	
1) ต้นทุนการผลิตขั้นแปร	140.42	63.83	
- ไก่มีชีวิต	127.50		น้ำหนักเฉลี่ย 1.5 กก./ตัว ราคา 85 บาท/กก. เปอร์เซ็นต์ซากประมาณ 80-82%
- ค่าใช้จ่ายในการเชือดไก่	4.80		
- ค่าใช้จ่ายในการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ (ค่าห้องเย็น)	3.12		2.40 บาท/กก. (ปรมีห้องเย็น)
- ค่าขนส่ง	5.00		
2) ค่าใช้จ่ายด้านการตลาด	6.54	2.97	
- ค่าบรรจุภัณฑ์	4.04		
- อื่นๆ (การประชาสัมพันธ์ชิมไก่)	2.50		
3) ค่าการตลาด (12% ของมูลค่าขาย)	26.40	12.00	
รายได้จากการจำหน่าย			
มูลค่าขายเฉลี่ย (บาท/ตัว)	220.00	100.00	ราคาขาย 220 บาท/ตัว (น้ำหนักซาก 1.3 กก.)
กำไร (เฉลี่ยต่อตัว)	46.64		
อัตรากำไร		21.20	

หมายเหตุ ค่าใช้จ่ายในการเชือดไก่ ป.พุด ไก่สด (3 บาท/กก. เฉลี่ย 4.8 บาท) ไก่จัมโบ้ตัวละ 12 บาท

นำเสนอโดย

โครงการ "ระบบการสร้างอาชีพการเลี้ยงไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่ อย่างยั่งยืน"

คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ 63 หมู่ที่ 4 ตำบลหนองหาร อำเภอ สันทราย จังหวัดเชียงใหม่

โทร. 086-4209651, 086-4285364, 081-9517391

เบอร์โทรศัพท์/ แฟกซ์ 053-326259

E-mail /facebook : kaipradoo_cm@hotmail.com

ภาคผนวก ค

การตรวจสอบย้อนกลับที่มาของแหล่งผลิตไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่



คุณค่าของไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่ ซึ่งเป็นไก่พื้นเมืองพันธุ์แท้ที่มีการเลี้ยงเครือข่ายการผลิตภาคเหนือภายใต้โครงการระบบการสร้างอาชีพการเลี้ยงไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่อย่างยั่งยืน เป็นความร่วมมือระหว่างสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) และกรมปศุสัตว์มีที่มาที่สามารถตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability) ที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่อาจจะยังไม่ทราบว่าไก่เหล่านี้มาจากไหน คุณค่าของไก่พื้นเมืองดังกล่าวเกิดจากการเลี้ยงตามธรรมชาติอย่างเป็นระบบ ดังนี้

การเลี้ยงพ่อแม่พันธุ์เพื่อผลิตลูกไก่



ฟาร์มเครือข่าย 7 ฟาร์ม ได้รับทุนความรู้และขึ้นทะเบียนจากกรมปศุสัตว์ มีระบบการเลี้ยงพ่อแม่พันธุ์ไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่ แบบเลี้ยงปล่อยอิสระตามธรรมชาติ (Free Range) จำนวนกว่า 10,000 ตัว



ด้วยเทคโนโลยีตู้ฟัก
เกษตรกรรวบรวมไข่ไก่มาทำ
การฟักในตู้ฟัก เพื่อทำการผลิต
เชิงอุตสาหกรรมระบบผลิต
ลูกไก่ที่มีความแข็งแรง ขนาด
และคุณภาพสม่ำเสมอ



แต่ละปี มีลูกไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่กว่า 1 ล้านตัว
ให้เกษตรกรรายย่อยที่ชำนาญการเลี้ยงและได้รับการ
ขึ้นทะเบียนเกษตรกรเครือข่ายจากกรมปศุสัตว์จำนวน
52 ราย นำไปเลี้ยงเป็นขุนไก่ประดู่ที่มีคุณภาพ

ภาพผนวกที่ 1 การตรวจสอบย้อนกลับที่มาจากแหล่งผลิตไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่

Free Range Chicken



ระบบการขุน



ลูกไก่ถูกกักขังเลี้ยงดูอย่างเป็นระบบในโรงเรือนนกก่อนเข้าสู่ระบบการเลี้ยงแบบปล่อยอิสระตามธรรมชาติ



การให้อาหารเสริมที่ผลิตได้ในท้องถิ่น รวมทั้งหญ้าจะช่วยให้ร่างกายแข็งแรง มีไขมันต่ำ เนื้อของไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่ จึงมีรสชาติและกลิ่นหอมเฉพาะ มีโภชนาการสูง และปลอดภัยสำหรับผู้บริโภค

ไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่เลี้ยงด้วยระบบการเลี้ยงปล่อยอิสระตามธรรมชาติ ระยะเวลา 10 - 12 สัปดาห์ จะมีคุณภาพและขนาดสม่ำเสมอ พร้อมออกสู่ตลาด ให้ผู้บริโภคได้สัมผัสถึงคุณค่าไก่พื้นเมืองพันธุ์แท้ที่แตกต่าง



ไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่มีไขมันต่ำเพียง 0.53 กรัมต่อเนื้อ 100 กรัมและคอเลสเตอรอล 10.5 มิลลิกรัมต่อเนื้อ 100 กรัม ซึ่งต่ำกว่าไก่กระทงและไก่พื้นเมืองลูกผสม



ตัวอย่างวัตถุดิบอาหาร ที่ส่วนใหญ่เกษตรกรจะพึ่งพาผลผลิตเกษตรในพื้นที่ในการเลี้ยงไก่ทั้งพ่อพันธุ์และไก่ขุน



ภาพผนวกที่ 2 การตรวจสอบย้อนกลับที่มาของแหล่งผลิตไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่

ภาคผนวก ง

ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการเลี้ยงจำหน่ายไก่พื้นเมือง (ตลาดระดับล่าง)

ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการเชิงจำหน่ายไก่พื้นเมือง

ตารางผนวก 5 จำนวน และร้อยละ ของผู้ประกอบการเชิงจำหน่ายไก่พื้นเมือง ในตลาดระดับล่าง ใน 9 อำเภอ ของจังหวัดเชียงใหม่

ลำดับ	อำเภอ	ตลาด	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1	เมือง	ก้อม	2	2.35
2		ชะจาว	1	1.18
3		ช้างเผือก	1	1.18
4		คันพะยอม	2	2.35
5		แม่เหียะ	2	2.35
6		ทองคำ	1	1.18
7		ธานีรินทร์	1	1.18
8		บ้านท่อ	2	2.35
9		ประตู่เชียงใหม่	2	2.35
10		เมืองใหม่	3	3.53
11		รวมโชค	3	3.53
12		วโรรส	1	1.18
13		สมเพชร	1	1.18
14		สันป่าข่อย	3	3.53
15		หนองหอย	2	2.35
16		อรุณนิเวศน์	1	1.18
17	สันทราย	สันทราย	2	2.35
18		ป่าเหมือด	3	3.53
19		แม่โจ้	3	3.53
20		สามแยกสันทราย	3	3.53
21		หนองไคร้	1	1.18
22		เจดีย์แม่ครัว	5	5.88

ตารางผนวก 5 (ต่อ)

ลำดับ	อำเภอ	ตลาด	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
23	สันกำแพง	เจริญ เจริญ	1	1.18
24		ตลาดในหมู่บ้าน	1	1.18
25		ป่าไผ่	2	2.35
26	หางดง	แม่ปูกา	1	1.18
27		อู่ยทา	2	2.35
28		แม่ออน	1	1.18
29		หารแก้ว	1	1.18
30		ตลาดหางดง	2	2.35
31		เทศบาลหางดง	2	2.35
32	สันป่าตอง	ทุ่งสะโตก	2	2.35
33		มะจำโรง	3	3.53
34		สันป่าตอง	3	3.53
35	แม่แตง	แม่มาลัย	2	2.35
36		ตลาดสหกรณ์	3	3.53
37		บ้านกาด	2	2.35
38	แมริม	แมริม	2	2.35
39		ป.พันเจ็ด	2	2.35
40		เทศบาลแมริมเหนือ	2	2.35
41		ป่าข่อยใต้	2	2.35
42	ดอยสะเก็ด	แม่ค้อ	2	2.35
43		กาดพระธาตุ	2	2.35
รวม			85	100.00

ตารางผนวก 6 จำนวน และร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ประกอบการเจียงจำหน่ายไก่พื้นเมือง ในตลาดระดับล่าง

รายการ	จำนวน (ราย) (N=85)	ร้อยละ	หมายเหตุ
เพศ			
ชาย	13	15.29	
หญิง	72	84.71	
ประสบการณ์ในการขายไก่ (ปี)			
ไม่เกิน 5	21	24.71	ค่าเฉลี่ย = 13.50 ปี
6-10	26	30.59	S.D. = 10.83
11-15	13	15.29	Min = 2 ปี
16-20	11	12.94	Max = 40 ปี
มากกว่า 20	14	16.47	

ภาคผนวก จ

ภาพการสอบถามข้อมูลจากผู้ประกอบการเจียง
จำหน่ายไก่พื้นเมือง (ตลาดระดับล่าง) ในจังหวัดเชียงใหม่



ภาพผนวกที่ 3 การสอบถามข้อมูลจากผู้ประกอบการเชิงจำหน่ายไก่พื้นเมืองประจวบคีรีขันธ์



ภาพผนวกที่ 4 การจำหน่ายไก่พื้นเมืองประจวบคีรีขันธ์ ณ ตลาดมะจำโรง อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่



ภาพผนวกที่ 5 การสอบถามข้อมูลการจำหน่ายไก่พื้นเมืองประดู่หางดำเชียงใหม่ ณ ตลาดสดแม่เจดีย์
อำเภอต้นทราย จังหวัดเชียงใหม่

ภาคผนวก จ

ภาพกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ ผลิตภัณฑ์ไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่
(ตลาดระดับบน และกลาง)



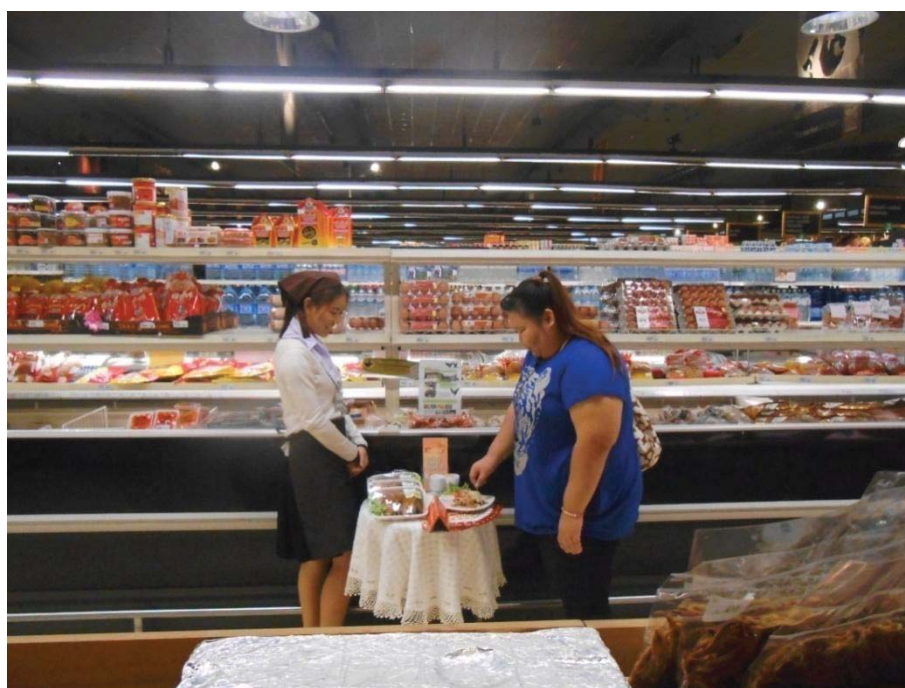
ภาพผนวกที่ 6 นักศึกษาจากคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่ ณ ห้างริมปั๊งซูเปอร์มาร์เก็ต สาขามีโชคพลาซ่า



ภาพผนวกที่ 7 นักศึกษาจากคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ และให้ข้อมูลการรับรู้คุณค่าของไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่แก่ลูกค้า



ภาพผนวกที่ 8 ลูกค้าให้ความสนใจ และสอบถามข้อมูลผลิตภัณฑ์ไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่ปรุงสุก ณ ห้างริมปั๊มซูเปอร์มาร์เก็ต สาขามิโชนพลาซ่า



ภาพผนวกที่ 9 การประชาสัมพันธ์ จัดชิม ผลิตภัณฑ์ไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่พร้อมปรุง และปรุงสุกจำหน่าย ณ ห้างริมปั๊มซูเปอร์มาร์เก็ต สาขามิโชนพลาซ่า ทุกวันเสาร์ และอาทิตย์



ภาพผนวกที่ 10 เจ้าหน้าที่ ประชาสัมพันธ์ถึงคุณค่า และความแตกต่างของไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่ ณ ห้างริมปั๊งซูเปอร์มาร์เก็ต สาขา มีโชคพลาซ่า



ภาพผนวกที่ 11 เจ้าหน้าที่ ประชาสัมพันธ์ถึงคุณค่า และความแตกต่างของไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่ ณ ห้างริมปั๊งซูเปอร์มาร์เก็ต สาขา นวรัฐ



ภาพผนวกที่ 12 ทีมนักศึกษามหาวิทยาลัยแม่โจ้ ประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ และจัดกิจกรรมชิมเมนูอาหารจากไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่



ภาพผนวกที่ 13 นักศึกษาแนะนำ พร้อมให้รายละเอียดข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไก่สดแช่แข็งให้กับผู้บริโภคที่สนใจ



ภาพผนวกที่ 14 การสาธิตเมนูอาหาร “ไก่ย่างนิตล้านนา และข้าวหวานนิตล้านนา”



ภาพผนวกที่ 15 ผู้บริโภคให้ความสนใจผลิตภัณฑ์ และชิมเมนูอาหารจากไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่จำนวนมาก



ภาพผนวกที่ 16 บรรยายาศักิจกรรมชิมไก่ และสาธิตการทำเมนูอาหาร จากไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่ ที่ห้างสรรพสินค้าแม็คโคร สาขาหางดง จังหวัดเชียงใหม่



ภาพผนวกที่ 17 นักศึกษาประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ ไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่ พร้อมแจกโบชัวร์ให้ผู้บริโภคที่มีความสนใจ



ภาพผนวกที่ 18 ผู้บริโภคให้ความสนใจ และสอบถามถึงลักษณะและความแตกต่างของไก่ประดู่หางดำ เชียงใหม่



ภาพผนวกที่ 19 นักศึกษาประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคได้รับรู้ถึงคุณค่า และความแตกต่างของไก่ประดู่หางดำ เชียงใหม่กับไก่เนื้อทั่วไป



ภาพผนวกที่ 20 กิจกรรมชิมไก่ และสาธิตการทำเมนูอาหารจากไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่ ที่ห้างสรรพสินค้าแม็คโคร สาขาแมริม เชียงใหม่



ภาพผนวกที่ 21 กิจกรรมการประชาสัมพันธ์การชิมไก่ ได้รับความสนใจจากผู้บริโภคทั้งคนไทย และต่างประเทศ



ภาพผนวกที่ 22 ผู้บริโภคให้ความสนใจ และสอบถามข้อมูลถึงความแตกต่างเกี่ยวกับไก่ประดู่หางดำ เชียงใหม่