

**การบริหารจัดการระบบการเลี้ยงไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่ในระบบเลี้ยงปล่อยธรรมชาติ
พื้นที่จังหวัดแม่ฮ่องสอน กลุ่มมาตรฐานฟาร์มไก่พื้นเมือง และการสร้างแบรนด์ของเกษตรกร
ณรงค์ วีรารักษ์¹**

บทคัดย่อ

โครงการ การบริหารจัดการระบบการเลี้ยงไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่ในระบบเลี้ยงปล่อยธรรมชาติพื้นที่จังหวัดแม่ฮ่องสอน กลุ่มมาตรฐานฟาร์มไก่พื้นเมือง และการสร้างแบรนด์ของเกษตรกร มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาระบบการบริหารจัดการการเลี้ยงไก่ประดู่หางดำพันธุ์แท้ และลูกผสมในระบบเลี้ยงปล่อยธรรมชาติให้ได้มาตรฐานฟาร์มตามมาตรฐานฟาร์มของกรมปศุสัตว์เพื่อการบูรณาการระบบการใช้ประโยชน์ร่วมกันของโรงฆ่าสัตว์ปีกชุมชนในการผลิตอาหารปลอดภัยและได้รับการรับรองมาตรฐาน เพื่อการสร้างความเข้มแข็งและความสามารถของกลุ่มเกษตรกรในการบริหารจัดการ การวางแผนและการผลิตให้สอดคล้องกับการตลาดรวมทั้งการสร้างเครือข่ายและเพื่อการพัฒนา และการแปรรูปผลิตภัณฑ์ไก่ประดู่หางดำที่ตอบสนองความต้องการของตลาดระดับกลางและระดับบน โดยการสร้างแบรนด์ร่วมกัน/ดำเนินการตั้งแต่วันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2559 ถึงวันที่ 31 พฤษภาคม 2560 ใช้ระยะเวลา 16 เดือน

ในการศึกษานี้ได้ทำการจัดฝึกอบรมทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติในข้อกำหนดมาตรฐานฟาร์มไก่พื้นเมืองในระบบเลี้ยงปล่อยธรรมชาติ เพื่อนำมาปรับปรุงฟาร์มให้ได้การรับรองมาตรฐานฟาร์มไก่พื้นเมืองในระบบเลี้ยงปล่อยธรรมชาติซึ่งเกษตรกรสามารถปฏิบัติได้ร้อยละ 70.83และมีการจัดการด้านอาหารในระบบธรรมชาติ(การปลูกพืชอาหารสัตว์ในพื้นที่เอง) นอกจากนี้ได้ทำการส่งตัวอย่างเนื้อไก่จากโรงฆ่า และผลิตภัณฑ์แปรรูปจากไก่ประดู่หางดำ เพื่อตรวจหาเชื้อโรค/ซึ่งผลตรวจพบว่า ไก่สด และผลิตภัณฑ์แปรรูปอยู่ในเกณฑ์ที่ปลอดภัยต่อผู้บริโภค ทั้งนี้โครงการได้ทำการรวบรวมข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภค และอัตราการบริโภคผลิตภัณฑ์ไก่ประดู่หางดำโดยผู้บริโภคในตลาดระดับบนมีการบริโภคเนื้อไก่เฉลี่ยสัปดาห์ละ 2.12 กิโลกรัม ผู้บริโภคในตลาดระดับกลางมีการบริโภคเนื้อไก่เฉลี่ยสัปดาห์ละ 2.41 กิโลกรัม และผู้บริโภคในตลาดระดับล่างมีการบริโภคเนื้อไก่เฉลี่ยสัปดาห์ละ 2.86 กิโลกรัม

ในขณะเดียวกันโครงการได้จัดฝึกอบรมให้ความรู้แก่เกษตรกร เกี่ยวกับการสร้างแบรนด์ของชุมชน และสร้างการรับรู้การประชาสัมพันธ์เพิ่มจุดจำหน่าย ในรูปแบบไก่มีชีวิต ไก่สด ไก่สดแช่แข็ง ผลิตภัณฑ์จากไก่ประดู่หางดำและขยายผลิตภัณฑ์เข้าสู่ตลาดระดับกลาง และบน วางระบบเครือข่ายการผลิตระหว่างไก่พ่อแม่พันธุ์ ไก่ขุน วางแผนการบริหารจัดการการผลิต โดยการเชื่อมโยงเครือข่ายเกษตรกรในพื้นที่ และเกษตรกรในชุดโครงการให้สอดคล้องกับแผนการตลาดต่อไป

คำสำคัญ: ไม้ประดับกลางแจ้ง, ระบบเลี้ยงปล่อยุทธศาสตร์, มาตรฐานฟาร์มไม้ประดับเมือง การสร้าง
แบรนด์

¹ศูนย์วิจัย และบำรุงพันธุ์สัตว์ เชียงใหม่

**The Management on The Free-range Raising System of Chiang Mai Chicken
(Praduhangdum) in Mae Hong Son Province to Meet the Indigenous Chicken Farm**

Standard and Farmers' Branding

Narong Veraruk¹

Abstract

The objectives of this study were to develop the management on free-range raising system of purebred and crossbred Praduhangdum chicken to meet the Department of Livestock Development's farm standard, to integrate the common utility of community poultry slaughter houses in order to produce safe food and be certified, to build the strength and performance of farmer groups on managing, planning and producing in accordance with marketing as well as network building and to develop and process Praduhangdum chicken products to satisfy the middle and upper market demand by building a common brand. The study was conducted from February 1, 2016 to May 31, 2017. It took 16 months.

The study comprised theoretical and practical training on requirements of free-range raising chicken farm standards so as to improve farms to get certified. The result was that subjected farmers could follow 70.83% of the requirements and manage a natural forage system (growing forage crops in their own areas). In addition, some samples of Praduhangdum chicken meat from slaughter houses and processed chicken products were taken to be examined for diseases; the result showed that fresh chicken meat and processed chicken products were qualified in food safety for consumers. Data of consumption behaviour and consumption rate of Praduhangdum chicken products were also collected. It revealed that the average chicken meat consumption of upper market consumers was 2.12 kg./week and that of middle market consumers 2.41 kg./week while that of the lower market 2.86 kg./week.

Meanwhile, knowledge training on the communities' branding and building awareness of publicising the brand by increasing selling points for the products in the form of live chicken, fresh meat, frozen meat and processed products were provided for the subjected farmers including product expansion to middle and upper markets. Besides, production network system of parentstock and meat chicken was encouraged, including the production management plan by connecting the network of local farmers with the subjected farmers in accordance with marketing plan.

Key words: Praduhandum chicken, Free-range raising system, Indigenous chicken farm standard, Branding

¹ Chiang Mai Livestock Research and Breeding Centre