



รายงานฉบับสมบูรณ์

การศึกษาการบริหารจัดการเชื่อมโยงระบบการผลิต และการตลาดไก่ประดู่หางดำ
ของกลุ่มเกษตรกร อำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน

โดยนายณรงค์ วีรารักษ์ และคณะ

นำเสนอ

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

14 เมษายน 2562

สัญญาเลขที่ RDG 6120014

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

การศึกษาการบริหารจัดการเชื่อมโยงระบบการผลิต และการตลาดไก่ประดู่หางดำ
ของกลุ่มเกษตรกร อำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน

คณะผู้วิจัย

1. นายณรงค์ วีรารักษ์
2. อาจารย์.ดร.ภาควมิ เสาวกาศย์
3. นายชัยตรี บุญดี
4. นางสาวศศิมา ศรีจันทร์ดร

สังกัด

ศูนย์วิจัย และบำรุงพันธุ์สัตว์เชียงใหม่
มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ศูนย์วิจัย และบำรุงพันธุ์สัตว์แม่ฮ่องสอน
นักวิจัยอิสระ

สนับสนุนโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย สกว.ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยโครงการนี้ประสบความสำเร็จได้ด้วยการสนับสนุนงบประมาณจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ซึ่งมี ร.ศ. ดร. ชงชัย สุวรรณลิขณ์ ผู้อำนวยการฝ่ายเกษตร ให้การสนับสนุน ให้คำปรึกษาแนะนำในเชิงวิชาการความช่วยเหลือ นักวิจัยได้รับคำปรึกษาทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติจากผู้ทรงคุณวุฒิ รศ.ดร.จันทรจักร ธีระเดชะ รศ.ดร.ประภาพร ขอไพบูลย์ รศ.ดร.กนก ผลารักษ์ รศ.ดร. จุฑารัตน์ เศรษฐกุล และรศ.ดร.ศิริพร กิรติการกุล ขอขอบคุณนักวิชาการ และเจ้าหน้าที่ ผู้บริหารของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่ไม่ได้เอ่ยนาม ณ ที่นี้ ซึ่งทุกฝ่ายเสียสละกำลังกาย กำลังใจ ทูมทองค้ความรู้ เพื่อผลักดันให้เกษตรกรในโครงการประสบความสำเร็จในการดำเนินการบรรลุเป้าหมาย ทำยที่สุดคณะผู้วิจัยขอขอบคุณเกษตรกร ผู้นำชุมชน หน่วยงานองค์กรท้องถิ่น ผู้ประกอบการ ตลอดจน สำนักประสานงานชุดโครงการระบบการสร้างอาชีพการเลี้ยงไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่อย่างยั่งยืนที่ทำหน้าที่ประสานงานให้ทุกส่วนบูรณาการทำงานร่วมกันเป็นเครือข่ายที่เข้มแข็ง พึ่งพาตนเองในการขับเคลื่อนระบบให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนจนเป็นต้นแบบหนึ่งของการสร้างอาชีพของเกษตรกรรายย่อย

คณะผู้วิจัย

พฤษภาคม 2562

บทสรุปผู้บริหาร

การศึกษาเรื่องการบริหารจัดการเชื่อมโยงระบบการผลิต และการตลาดไก่ประดู่หางดำของกลุ่มเกษตรกร อำเภอบาง จังหวัดแม่ฮ่องสอน มีวัตถุประสงค์ 3 ประการ 1) ศึกษาแนวทางการบริหารจัดการเชื่อมโยงระบบการผลิตและการตลาดไก่ประดู่หางดำของกลุ่มเกษตรกรอำเภอบาง จังหวัดแม่ฮ่องสอนอย่างยั่งยืน 2) ศึกษาแนวทางการพัฒนา ผลิตภัณฑ์แปรรูปผลิตภัณฑ์ไก่ประดู่หางดำที่มีศักยภาพทางการตลาดตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในตลาดทุกระดับ และ 3) ศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด เพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากไก่ประดู่หางดำในตลาดทุกระดับ ของกลุ่มเกษตรกรอำเภอบาง จังหวัดแม่ฮ่องสอน ผลการวิจัย พบว่า

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ศึกษาแนวทางการบริหารจัดการเชื่อมโยงระบบการผลิตและการตลาดไก่ประดู่หางดำของกลุ่มเกษตรกรอำเภอบาง จังหวัดแม่ฮ่องสอนอย่างยั่งยืน ได้ดำเนินกิจกรรม เพื่อการบริหารจัดการระบบการผลิตรองรับการตลาด ให้เกษตรกร 12 รายและเครือข่ายเกษตรกรกว่า 30 รายโดยการจัดการพันธุ์ในราคาที่เป็นธรรม และคุณภาพที่ดี กลุ่มพัฒนาศูนย์คัดเลือกพันธุ์ชุมชน 3 ศูนย์ ด้วยการเลี้ยงพ่อแม่พันธุ์ประดู่หางดำพันธุ์แท้จำนวน 2 ศูนย์ ผลิตแม่พันธุ์ไก่สาวตัวละ 229.98 บาท ต้นทุนผลิตลูกไก่พันธุ์แท้ 12.53 บาทต่อตัว และเลี้ยงแม่พันธุ์ไก่ไข่โรดโอโรแลนด์ ต้นทุนผลิตลูกไก่พันธุ์ลูกผสม 9.49 บาทต่อตัว ผลผลิตลูกไก่รวม 58,587 ตัวต่อปี กระจายลูกไก่ให้เกษตรกรในโครงการและเกษตรกรเครือข่ายเลี้ยงเป็นไก่ขุนจำนวน ประมาณ 59,400 ตัวต่อปี(มีการนำไก่ขุนนอกพื้นที่มาทำการตลาดร่วมด้วย)ต้นทุนไก่ขุนประดู่หางดำพันธุ์แท้ ในโรงเรือนกึ่งขังกึ่งปล่อย 76.39 บาท/กก. ต้นทุนไก่ขุนประดู่หางดำลูกผสม ในโรงเรือนกึ่งขังกึ่งปล่อย 62.96 บาท/กก.กลุ่มเกษตรกรนำความรู้ด้านอาหารสัตว์พัฒนาเป็นศูนย์ผลิตอาหารท้องถิ่น 2 ศูนย์ผลิตอาหารไก่พื้นเมืองจากพืชอาหารสัตว์ในท้องถิ่นผลิตอาหารไก่เล็ก(โปรตีน 19.6%) ไก่รุ่น(โปรตีน 16.0%) และไก่พ่อแม่พันธุ์(โปรตีน 15.4 %) และลดต้นทุนการใช้อาหารสำเร็จรูป การเชื่อมโยงระบบการผลิตที่สอดคล้องกับการตลาด เกษตรกรวางแผนการผลิตเป็นปฏิทินการผลิต ด้วยมาตรฐานฟาร์มไก่พื้นเมืองใช้พืชอาหารท้องถิ่นลดต้นทุน และสร้างคุณภาพเนื้อที่ตอบสนองความต้องการตลาดตลอดทั้งปี กลุ่มเกษตรกรมีความยั่งยืนในการผลิต พึ่งพาตนเอง

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนา ผลิตภัณฑ์แปรรูปผลิตภัณฑ์ไก่ประดู่หางดำที่มีศักยภาพทางการตลาด ตอบสนองความต้องการของตลาดทุกระดับ กลุ่มเกษตรกรได้รับการฝึกอบรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐาน มีศักยภาพในการตลาด จำนวน 4 ชนิด ประกอบด้วย ไก่หนึ่งสมุนไพร ไก่ต้ม น้ำปลา ไก่รมควันและไก่ย่าง ตอบสนองความต้องการผู้บริโภค จากการทดสอบความพึงพอใจของผู้บริโภค 165 ราย มีความพึงพอใจในระดับมาก ถึง มากที่สุดโดยมีความพึงพอใจสูงสุดในไก่หนึ่งสมุนไพร ไก่ย่าง ไก่รมควัน และ ไก่ต้ม น้ำปลา ตามลำดับ กลุ่มได้พัฒนาแบรนด์” ไก่ประดู่หางดำเมืองสามหมอก” ทำการประชาสัมพันธ์เพื่อการส่งเสริมการขาย (เน้นตลาดชุมชนผ่านสื่อต่างๆ)

2.1 ตลาดระดับชุมชน พัฒนาผลิตภัณฑ์ และผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน รองรับผลผลิตกว่า ร้อยละ 90 ซึ่งผู้บริโภครท้องถิ่น เป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (ประมาณร้อยละ 60) และนักท่องเที่ยวของจังหวัด และผู้ประกอบการร้านอาหาร โรงแรม สถานที่ท่องเที่ยว

2.2 ตลาดระดับกลางและบน ผลิตภัณฑ์กลุ่มเชื่อมโยงเครือข่ายการตลาด กับโครงการย่อยอื่นๆ ขยายโอกาสการตลาดในภาคเหนือและกรุงเทพ ร่วมกับโครงการย่อย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด เพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์จากไม้ประดู่หางคำในตลาดทุกระดับ พบว่ากลุ่มเกษตรกรขยายโอกาสการตลาดด้วยการพัฒนาผู้ประกอบการ ในตลาดชุมชนเพื่อการทำตลาดไม้มีชีวิต 2 แห่ง(ในอำเภอเมืองและ อำเภอปาย) ปริมาณการจัดจำหน่าย 400-500 ตัว/จุด/สัปดาห์และ จุดจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปพร้อมบริโภค สำหรับการขยายโอกาสผลิตภัณฑ์ไปสู่ตลาดห้างสรรพสินค้าในตลาดระดับบน กลุ่มเกษตรกรมีความร่วมมือกับร้านอาหารนานาชาติ ด้วยไม้ประดู่หางคำพันธุ์แท้ในระบบการเลี้ยงปล่อยหากินตามธรรมชาติ เพื่อการยั่งยืนกลุ่มได้จัดกิจกรรมร่วมลงทุนกับผู้ประกอบการรายย่อยในพื้นที่เพื่อความร่วมมือด้านการตลาดรองรับผลผลิตในอนาคต

คำนำ

การศึกษาการบริหารจัดการเชื่อมโยงระบบการผลิต และการตลาดไถ่ประดู๋หางคำของกลุ่มเกษตรกร อำเภอบาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน ได้รับการสนับสนุนงบประมาณเพื่อการวิจัยจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) มาต่อเนื่องแบ่งเป็น 4 ระยะของการวิจัย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555-2562 ผลสัมฤทธิ์ของโครงการเป็นต้นแบบหนึ่งของการจัดการองค์ความรู้ นวัตกรรม เทคโนโลยีที่เหมาะสม ให้แก่ภาคเกษตรกรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งแก่ระบบการเกษตรของเกษตรกรรายย่อย ช่วยให้เกิดการรวมกลุ่มเกษตรกรทำการผลิตบนรากฐานของปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง มีการบูรณาการการทำงานในพื้นที่ที่ก่อให้เกิดผลกระทบในวงกว้าง ทั้งด้านเศรษฐกิจ ทุนเวียนในชุมชน ที่เป็นการขับเคลื่อนอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อเศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียน และเศรษฐกิจสีเขียว (Bio-Circular-Green Economy, BCG Economy) โดยเฉพาะอย่างยิ่งการนำองค์ความรู้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมไปยกระดับรายได้ของเศรษฐกิจฐานราก ให้เกิดการบูรณาการมาตรการภาครัฐ ให้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการจัดทำกลุ่มมาตรการ (Policy Package) เพื่อส่งเสริมให้เกิดการลงทุนหรือการพัฒนาเชิงพื้นที่ ซึ่งชุมชนและท้องถิ่นได้รับประโยชน์โดยตรง สนองตอบต่อยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศที่ยั่งยืน ตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

คณะผู้วิจัย

พฤษภาคม 2562

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทสรุปผู้บริหาร	ข
บทคัดย่อ	ง
คำนำ	จ
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
ที่มาและความสำคัญ	1
วัตถุประสงค์	3
บทที่ 2 ตรวจเอกสาร	5
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	8
สถานที่ศึกษา	8
ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง	8
วิธีการสุ่มตัวอย่าง	9
ข้อมูล และเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล	9
เครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล	9
การวิเคราะห์ข้อมูล และเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์	9
บทที่ 4 ผลการศึกษา	11
วัตถุประสงค์ ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาแนวทางการบริหารจัดการเชื่อมโยงระบบการผลิตและ	12
การตลาดไก่อ่ประคู่หางคำของกลุ่มเกษตรกร อำเภอบาย จ.แม่ฮ่องสอน อย่างยั่งยืน	
วัตถุประสงค์ ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนา ผลิตภัณฑ์แปรรูปผลิตภัณฑ์ไก่อ่ประคู่หาง	71
คำที่มีศักยภาพทางการตลาด ตอบสนองความต้องการของตลาดทุกระดับ	
วัตถุประสงค์ ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด (Marketing Feasibility Study)	99
เพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากไก่อ่ประคู่หางคำในตลาดทุกระดับ ของกลุ่ม	
เกษตรกรอำเภอบาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน	
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ	113
สรุปผลการศึกษา	113
ข้อเสนอแนะ	122

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	แผนการผลิต	10
2	แผนการตลาด	10
3	รายชื่อเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ประดู่หางดำ จำนวน 12 ราย	14
4	การเลี้ยงลูกไก่ประดู่หางดำพันธุ์แท้เพื่อผลิตแม่พันธุ์แท้ของนายธงชัย โอ๊ะเรือนแก้ว	16
5	การเลี้ยงพ่อแม่พันธุ์ประดู่หางดำ เพื่อผลิตลูกไก่พันธุ์แท้ของนายธงชัย โอ๊ะเรือนแก้ว	18
6	ต้นทุนการผลิตไก่สาวประดู่หางดำพันธุ์แท้ของนายธงชัย โอ๊ะเรือนแก้ว	22
7	ต้นทุนการผลิตไข่ไก่ประดู่หางดำพันธุ์แท้ของนายธงชัย โอ๊ะเรือนแก้ว	23
8	ต้นทุนการผลิตลูกไก่ประดู่หางดำพันธุ์แท้ของนายธงชัย โอ๊ะเรือนแก้ว	24
9	การเลี้ยงไก่สาวประดู่หางดำพันธุ์แท้เพื่อผลิตแม่พันธุ์ของนายอานนท์ พงษ์ปรีชานันท์	25
10	การเลี้ยงพ่อแม่พันธุ์ประดู่หางดำ เพื่อผลิตลูกไก่พันธุ์แท้ของนายอานนท์ พงษ์ปรีชานันท์	26
11	เปรียบเทียบลักษณะเบื้องต้นของการเลี้ยงแม่พันธุ์ ระหว่างฟาร์มนายธงชัย และนายอานนท์	29
12	การเลี้ยงลูกไก่พันธุ์โร้ดไอร์แลนด์เรดเพื่อผลิตแม่พันธุ์ของนายจรัส อุ่นใจ	31
13	การเลี้ยงพ่อแม่พันธุ์ประดู่หางดำและแม่พันธุ์โร้ดไอร์แลนด์เรด เพื่อผลิตลูกไก่พันธุ์ผสมของนายจรัส อุ่นใจ	33
14	ต้นทุนการผลิตไก่สาวพันธุ์โร้ดไทยของนายจรัส อุ่นใจ	38
15	ต้นทุนการผลิตไข่ไก่ลูกผสม (ไก่ประดู่หางดำ-โร้ด) นายจรัส อุ่นใจ	39
16	ต้นทุนการผลิตลูกไก่พันธุ์ผสม (ไก่ประดู่หางดำ-โร้ด) โดยใช้เทคโนโลยีตู้ฟักของนายจรัส อุ่นใจ	40
17	ประสิทธิภาพการผลิต ของฟาร์มไก่ประดู่หางดำพันธุ์แท้ ระยะเวลา 52 สัปดาห์	42
18	ประสิทธิภาพการผลิต ของฟาร์มไก่ประดู่หางดำพันธุ์ลูกผสม ระยะเวลา 52 สัปดาห์	43
19	การเลี้ยงไก่ประดู่หางดำพันธุ์แท้ของเกษตรกรในโครงการ	47
20	ต้นทุน-ผลตอบแทนการผลิตไก่ประดู่หางดำขุนพันธุ์แท้ของเกษตรกรในโครงการ	49
21	การเลี้ยงไก่ประดู่หางดำลูกผสมของเกษตรกรในโครงการ	52
22	ต้นทุน-ผลตอบแทนการผลิตไก่ประดู่หางดำขุน(ลูกผสม)ของเกษตรกรในโครงการ	53

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
23	การทดลองเลี้ยงไก่ประดู่หางดำด้วยมันสำปะหลังหมัก ของนายอานนท์ พงษ์ปรีชานันท์ 2 รุ่น	66
24	ต้นทุน-ผลตอบแทนการขุนไก่ประดู่หางดำด้วยมันสำปะหลังหมัก ของนายอานนท์ พงษ์ปรีชานันท์	67
25	เปรียบเทียบผลการใช้อาหารเสริมที่ผลิตได้จากศูนย์อาหารสัตว์ท้องถิ่นกับไก่ขุนของนายอานนท์ พงษ์ปรีชานันท์ กับไก่ขุนของเกษตรกรในโครงการ	68
26	ปฏิทินวัตถุดิบ และพืชอาหารสัตว์ที่หาได้ในท้องถิ่น	69
27	สูตรอาหารไก่พื้นเมือง	69
28	ต้นทุนผล-ตอบแทนไก่นึ่งสมุนไพร	75
29	ต้นทุน-ผลตอบแทนไก้ต้มน้ำปลา	76
30	ต้นทุน-ผลตอบแทนไก่อรมควัน	77
31	ต้นทุน-ผลตอบแทนไก่ย่าง	78
32	เปรียบเทียบต้นทุน-ผลตอบแทน การแปรรูปผลิตภัณฑ์	78
33	ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค	80
34	การรู้จักไก่ประดู่หางดำเบื้องต้น (ก่อนชิมผลิตภัณฑ์)	81
35	ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ไก่นึ่งสมุนไพร	82
36	ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ไก้ต้มน้ำปลา	83
37	ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ไก่อย่าง	83
38	ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ไก่อรมควัน	83
39	เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์แปรรูป 4 ชนิด	84
40	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากไก่ประดู่หางดำ ด้านผลิตภัณฑ์	85
41	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากไก่ประดู่หางดำ ด้านราคา	85
42	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากไก่ประดู่หางดำ ด้านสถานที่จัดจำหน่าย	86
43	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากไก่ประดู่หางดำ ด้านส่งเสริมการตลาด	86

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
44	เปรียบเทียบปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์	87
45	ผลิตภัณฑ์ และมูลค่าของผลิตภัณฑ์แปรรูปจากไก่ประดู่หางดำ	90
46	พฤติกรรมผู้บริโภคเนื้อไก่สดของผู้บริโภคในตลาดระดับบน กลาง และล่าง	94
47	จำนวนและร้อยละของชิ้นส่วนเนื้อไก่ และประเภทของอาหารที่ครัวเรือนนิยมประกอบอาหาร ของผู้บริโภค	95
48	แหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ไก่ประดู่หางดำ จำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์ของโครงการฯ	105

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	การประชุมชี้แจงวัตถุประสงค์โครงการ รับฟังความเห็น และสร้างการมีส่วนร่วมแก่เกษตรกร	15
2	ปริมาณการกินอาหาร และน้ำหนักของไก่ประดู่หางดำ (อายุ 1-23 สัปดาห์) (นายธงชัย โอ๊ะเรือนแก้ว)	17
3	อัตราการให้ไข่ของไก่ประดู่หางดำพันธุ์แท้ (อายุ 24-70 สัปดาห์) ณ สัปดาห์ให้ไข่ฟองแรก จนถึงสัปดาห์ที่ 48 (นายธงชัย โอ๊ะเรือนแก้ว)	21
4	อัตราการให้ไข่ของไก่ประดู่หางดำพันธุ์แท้ (อายุ 26-67 สัปดาห์) ณ สัปดาห์ให้ไข่ฟองแรก จนถึงสัปดาห์ที่ 42 (นายอานนท์ พงษ์ปรีชานันท์)	28
5	เปรียบเทียบอัตราการให้ไข่ของไก่ประดู่หางดำพันธุ์แท้ (นายธงชัย โอ๊ะเรือนแก้ว และนายอานนท์ พงษ์ปรีชานันท์)	29
6	เปรียบเทียบการคักไข่สะสม (นายธงชัย โอ๊ะเรือนแก้ว และนายอานนท์ พงษ์ปรีชานันท์)	29
7	ปริมาณการกินอาหารสะสม และน้ำหนักของไก่ประดู่หางดำ (อายุ 1-20 สัปดาห์) (นายจรัส อุ่นใจ)	32
8	อัตราการให้ไข่ของไก่ประดู่หางดำลูกผสม (อายุ 21- 80 สัปดาห์) (นายจรัส อุ่นใจ)	37
9	การเก็บไข่ไก่ และการนำไปเข้าสู่ฟักของเกษตรกร	46
10	ลักษณะปรากฏของไก่พื้นเมืองไทยพันธุ์ประดู่หางดำ เพศผู้ และเพศเมีย	56
11	ลักษณะปรากฏต่างๆบริเวณใบหน้า (หงอน ปาก ตา และหน้า)	57
12	ลักษณะปรากฏของสีก้นพื้นตัว ขนปีก ขนหาง	57
13	ลักษณะปรากฏของสีก้นสร้อยคอ สร้อยหลัง สร้อยปีก สร้อยระย้า	58
14	ลักษณะปรากฏของสีแข้ง นิ้วเท้า เล็บเท้า และเดือย	58
15	ลักษณะปรากฏของไก่พื้นเมืองไทยพันธุ์ประดู่หางดำ	59
16	ศูนย์คัดเลือกพันธุ์ไก่ประดู่หางดำชุมชน 2 ศูนย์	60
17	ศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ชุมชนของกลุ่มเกษตรกร จำนวน 2 ศูนย์	68
18	การใช้พืชอาหารสัตว์ในพื้นที่	69
19	การฝึกอบรม เรื่อง การเลี้ยงไก่ที่มีระบบการป้องกันโรค และการเลี้ยงสัตว์ที่เหมาะสม	72
20	การฝึกอบรมแปรรูปผลิตภัณฑ์จากไก่ประดู่หางดำ ณ ศูนย์พัฒนาอุตสาหกรรมปศุสัตว์ กองส่งเสริม และพัฒนาการปศุสัตว์ กรมปศุสัตว์	73
21	การศึกษาดูงานการเลี้ยงการจัดการไก่ประดู่หางดำ จังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดเชียงราย	73

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
22 กิจกรรมการทดสอบแปรรูปผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเกษตรกร	79
23 ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากไก่ประดู่หางดำ 4 เมนู	87
24 จัดชมตลาดนัดช่วงเช้าวันจันทร์ ตำบลเวียงใต้ อ.ปาย จ.แม่ฮ่องสอน	88
25 จัดชมตลาดนัดช่วงเย็นของเทศบาล ตำบลเวียงใต้ อ.ปาย จ.แม่ฮ่องสอน	88
26 แบรินค์ และโล โก้ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเกษตรกร	89
27 ผลิตภัณฑ์ไก่สดแช่แข็งของกลุ่มเกษตรกร	90
28 ผลิตภัณฑ์แปรรูปของกลุ่มเกษตรกร	91
29 ไก่สดแช่แข็ง ของกลุ่มเกษตรกร	91
30 ไก่หนึ่งสมุนไพโร และไก่ย่าง	92
31 กระบวนการผลิต (Processing flow) และจุดควบคุมวิกฤติในกระบวนการผลิต	97
32 การวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปจากไก่ประดู่หางดำ ณ ห้างเจมส์ฟ้า จังหวัดลำพูน	98
33 การจัดตั้งจุดจำหน่ายไก่แป้น (ตำบลทุ่งยาว อำเภอปาย) ของกลุ่มเกษตรกร	99
34 การจัดตั้งจุดจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปของกลุ่มเกษตรกร (ตำบลทุ่งยาว อำเภอปาย)	100
35 การจัดตั้งจุดจำหน่ายไก่ประดู่หางดำแปรรูป (ตำบลแม่ฮี้ อำเภอปาย) ของกลุ่มเกษตรกร	100
36 การจัดตั้งจุดจำหน่ายไก่ประดู่หางดำแปรรูปและไก่ประดู่หางดำมีชีวิต ของกลุ่มเกษตรกร	101
37 การวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปจากไก่ประดู่หางดำ ณ กาดแม่ใจ 2477	102
38 การวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปจากไก่ประดู่หางดำ ณ ห้างเจมส์ฟ้า จังหวัดลำพูน	103
39 เชฟ และเมนูอาหารร้านแบล็คคิทเชน	104
40 การทดสอบเมนูอาหาร เปรียบเทียบไก่ประดู่หางดำและไก่เนื้อทั่วไป	106
41 เมนูอาหารจากผู้ประกอบการร้านอาหารด้วยวัฒนธรรมการบริโภคท้องถิ่น เพื่อรองรับการท่องเที่ยว จ.แม่ฮ่องสอน	106
42 เมนูไก่ประดู่หางดำหนึ่งสมุนไพโร ไก่ย่าง ที่ตอบสนองความต้องการบริโภคในท้องถิ่น และนักท่องเที่ยว จ.แม่ฮ่องสอน	106
43 สำนักประสานงาน นักวิจัย และเกษตรกร ปรัชญาหรือและแลกเปลี่ยนความเห็นระหว่างนักวิจัย เกษตรกร และเครือข่ายใน จ.แม่ฮ่องสอน	108
44 การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์	109
45 การจำหน่ายไก่หนึ่งสมุนไพโรร้านคุณศรีเพ็ญ สุขศรี	111
46 การจำหน่ายไก่หนึ่งสมุนไพโรร้านคุณศรีวรรณ คำปันหล้า	111

สารบัญภาคผนวก

ภาพผนวกที่

- 1 การชั่งน้ำหนักไก่อ่อนกบริเวณโรงฆ่า
- 2 การนำไก่มาพักในบริเวณโรงเรือนก่อนนำเข้าห้องฆ่า
- 3 การฆ่าไก่โดยการใช้มีดปาด และการเอาเลือดออกจากตัวไก่อลง
- 4 การลวกไก่ในน้ำร้อนที่อุณหภูมิ 55-60 องศาเซลเซียส และการถอนขนไก่ด้วยถังปั่น
- 5 การทำความสะอาดซากไก่อด้วยน้ำสะอาด
- 6 การใช้มีดเปิดบริเวณบนท้ายของไก่ และการล้างเอาเครื่องในออก
- 7 การลดอุณหภูมิซากด้วยถังน้ำเย็น
- 8 การบรรจุถุงด้วยระบบสุญญากาศ
- 9 การเก็บรักษาในตู้แช่ที่อุณหภูมิ -18 องศาเซลเซียส

บทที่ 1

บทนำ

ที่มา และความสำคัญ

โครงการการพัฒนาอาชีพการเลี้ยงไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่ในระบบเลี้ยงปล่อยธรรมชาติของจังหวัดแม่ฮ่องสอน ได้พัฒนาต่อเนื่องมา 3 ปี โดยในปีที่ 1 ได้คัดเลือกเกษตรกรที่มีประสบการณ์การเลี้ยงไก่พื้นเมือง จำนวน 15 คน และส่งเสริมการเลี้ยงไก่พื้นเมือง (ประดู่หางดำเชียงใหม่พันธุ์แท้) ตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง มีขนาดการเลี้ยงพอพันธุ์ จำนวน 5 ตัว แม่พันธุ์ จำนวน 20 ตัว เพื่อผลิตลูกไก่ และไก่ขุน มีการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการจัดการอาหารเพื่อให้เกิดการใช้อาหารธรรมชาติในท้องถิ่นเป็นหลัก ประกอบด้วย มันสำปะหลัง ข้าวโพด รำ ปลาข้าว ตั๊กถั่ว และพืชอาหารหมักจุลินทรีย์ และเชื้อราขาว เพื่อเพิ่มโปรตีน และประสิทธิภาพการย่อยของไก่ เกษตรกรมีองค์ความรู้ 2 เรื่อง ได้แก่ การจัดการอาหาร และระบบการจัดการฟาร์มในระบบการเลี้ยงไก่แบบแม่ไก่ธรรมชาติ และปล่อยให้ไก่หากินเองตามธรรมชาติ รวมทั้งการจัดการอาหารท้องถิ่นเพื่อลดต้นทุนค่าอาหารสำเร็จรูปในการเลี้ยง เกษตรกรสามารถผลิตไก่ขุนได้ 3 รุ่น มีความเข้มแข็งจากการรวมกลุ่ม มีการจัดระบบการผลิต และการตลาด ในลักษณะกลุ่มวิสาหกิจ โดยจำหน่ายไก่ขุนอายุ 80-90 วัน น้ำหนักเฉลี่ย 1.2 กิโลกรัม กิโลกรัมละ 120 บาท ร่วมกัน ซึ่งได้รับราคาสูงกว่าขายให้พ่อค้าคนกลาง (ในราคา กิโลกรัมละ 90 บาท) โดยมีจุดจำหน่ายไก่มีชีวิตตั้งที่บริเวณริมถนนเชียงใหม่-ปาย ซึ่งเป็นแหล่งชุมชน การคมนาคมสะดวก สร้างการรับรู้ และการตอบรับจากผู้บริโภคในท้องถิ่น ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นชาวเขาที่นิยมซื้อไก่ไปเพื่อประกอบพิธีกรรมทางประเพณีของชนเผ่า มียอดการจำหน่ายประมาณ สัปดาห์ละ 300 ตัว สามารถสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกร เฉลี่ย 45,724.10 บาท/ราย/ปี

สำหรับฟาร์มเครือข่ายผลิตลูกไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่ลูกผสม จำนวน 1 ฟาร์ม ทำหน้าที่เลี้ยงพ่อแม่พันธุ์เพื่อผลิตลูกไก่จำหน่ายให้กับเกษตรกรในโครงการ ซึ่งโครงการได้สนับสนุนพ่อพันธุ์ (ประดู่หางดำเชียงใหม่) จำนวน 30 ตัว และแม่พันธุ์ (โรดไอส์แลนด์เรด) จำนวน 250 ตัวให้แก่ฟาร์มเครือข่าย ซึ่งใช้เทคโนโลยีผู้ฝึกในการผลิตลูกไก่ มีกำลังการผลิตจำนวน 4,500 ฟอง/รอบ สามารถผลิตลูกไก่ จำนวน 13,729 ตัว/ปี กระจายให้เกษตรกรเครือข่าย 30 ราย (จากเดิม 5 ราย) ประมาณ 350 ตัว/รุ่น จำนวน 3 รุ่น/ราย/ปี รวมทั้งหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนอื่นๆ เป็นการลดการเคลื่อนย้ายลูกไก่จากนอกพื้นที่ และความเสียหายจากการเคลื่อนย้าย อีกทั้งลดการระบาดของโรคไก่ สามารถสร้างรายได้จากการจำหน่าย ลูกไก่ เฉลี่ย 21,672 บาท/รอบ เกษตรกรเลี้ยงไก่ขุนสามารถสร้างรายได้เสริมจากการเลี้ยงไก่พื้นเมืองเฉลี่ย 2,000-3,000 บาท/ราย/เดือน ร่วมกับการผลิตเกษตรกรอื่น (ทำไร่ และทำสวน)

ในปีที่ 2 โครงการได้ส่งเสริมให้เกษตรกรเกิดการอาชีพที่ยั่งยืนของกลุ่มเกษตรกรในอำเภอปาย และอำเภอปางมะผ้า จังหวัดแม่ฮ่องสอน เป็นการนำไก่พื้นเมืองพันธุ์ดีไปสู่ผู้ใช้ประโยชน์ที่เป็นเกษตรกรรายย่อย และเป็นการถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตสู่ชุมชนและผู้สนใจ ทำให้มีการผลิตไก่พื้นเมืองในเกษตรกรรายย่อย ที่มีการนำเอาเทคโนโลยีการเลี้ยงไก่จากนักวิชาการผนวกเข้ากับวิถีชีวิต ภูมิปัญญาการเลี้ยงและการให้

อาหารไก่ ก่อให้เกิดรูปแบบการเลี้ยงและการจัดการที่ถูกต้องตามหลักวิชาการ และในขณะเดียวกันเกษตรกรรายย่อยสามารถนำเอาไปปฏิบัติในการเลี้ยงไก่ของตนเองได้ โดยไม่ขัดกับวิถีชีวิตของชุมชนและท้องถิ่น สามารถสร้างรายได้เฉลี่ย 52,326.50 บาท/ราย/ปี เป็นรูปแบบการเลี้ยงที่ไก่ให้ผลผลิตที่ปลอดภัยต่อสุขภาพผู้บริโภค จึงส่งผลให้เกษตรกรเลี้ยงไก่เป็นอาชีพได้ตลอดไป ทำให้เกิดความมั่นคงทางด้านอาหารในชุมชนที่ประชาชนมีอาหารปลอดภัย และมีคุณค่าทางโภชนาการบริโภคอย่างเพียงพอ ด้วยมีระบบการผลิตที่เกื้อหนุนรักษาความสมดุลของระบบนิเวศวิทยาและมีความคงอยู่ของฐานทรัพยากรอาหารทางธรรมชาติต่อไป

โครงการร่วมกับองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) และเกษตรกรก่อสร้างโรงฆ่าสัตว์ปีกชุมชน (مجس.2) โดยได้รับการสนับสนุนงบประมาณก่อสร้างจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย และเกษตรกรร่วมลงทุน ตั้งอยู่ที่ อำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน ได้เปิดดำเนินการ และใช้ประโยชน์โดยผู้ประกอบการฆ่าและชำแหละไก่สด (เชิงจำหน่ายไก่สดในตลาดเทศบาล) มาดำเนินการฆ่าและชำแหละจำนวน 5-7 ราย (เฉลี่ยรายละ 15-30 ตัว/วัน) และเป้าหมายคือการบริหารจัดการให้มีความคุ้มค่าตามต้นทุนที่แท้จริง เกษตรกรและกลุ่มมีแผนการตลาดจะมีการชำแหละเป็นไก่สดแช่แข็งจำหน่ายในตลาดชุมชน รวมทั้งตลาดห้างสรรพสินค้า และซูเปอร์มาร์เก็ตในจังหวัดเชียงใหม่ พัฒนาแผนและกลยุทธ์ทางการตลาดเชิงรุก กลุ่มเกษตรกรในโครงการยังสามารถสร้างอาชีพจากการเลี้ยงไก่พื้นเมืองได้ โดยพิจารณาจากผลตอบแทนจากการจำหน่ายไก่มีชีวิตของกลุ่มในแต่ละสัปดาห์ ซึ่งสามารถสร้างรายได้ และแรงจูงใจให้เกษตรกรมีการเลี้ยง และจำหน่ายต่อไป นอกจากนี้ยังสามารถพิจารณาได้จากความต้องการของผู้บริโภคในพื้นที่ที่มีความต้องการไก่พื้นเมืองที่มีลักษณะเด่น ปากดำ ขนดำ แข็งดำ เพื่อใช้ในพิธีกรรมทางศาสนา และใช้ในประเพณีความเชื่อของคนในพื้นที่ ซึ่งเป็นแรงจูงใจให้เกษตรกรได้เช่นกัน ซึ่งเกษตรกรในโครงการมีศูนย์คัดเลือกพ่อแม่พันธุ์ ที่จะทำหน้าที่เป็นฟาร์มผลิตพันธุ์ไก่ประดู่หางดำที่มีประสิทธิภาพ โดยที่ไม่ต้องพึ่งพาถูกไก่อจากแหล่งผลิตอื่น ในขณะเดียวกันโครงการได้มีความร่วมมือกับโครงการในอำเภอ จ.แม่ฮ่องสอน ที่มีรูปแบบการผลิตลูกไก่ประดู่หางดำลูกผสม สามารถเชื่อมโยงการผลิตหากมีความต้องการของตลาดที่มากขึ้น

สภาพปัญหาในการดำเนินการของโครงการในระยะดังกล่าวประสบปัญหาด้านการผลิต เกษตรกรยังไม่สามารถทำการผลิตที่ได้มาตรฐานตามข้อกำหนดที่กรมปศุสัตว์ร่างไม่สามารถลดความเสี่ยงด้านการระบาดของโรค เปรียบเทียบกับปัญหาความสม่ำเสมอของความเป็นพ่อแม่พันธุ์ไก่ที่ดี พืชอาหารในพื้นที่ ยังไม่มีความชัดเจนเช่น สูตรอาหารที่เป็นระบบที่ไม่ส่งผลต่อการสืบพันธุ์ และการเจริญเติบโต ในแต่ละระยะของกิจกรรมการผลิต ด้านการตลาดปัญหาราคา และตลาดรองรับในอนาคต เกษตรกรยังต้อง วิเคราะห์โอกาสทางการตลาด และความคุ้มค่าในการใช้ประโยชน์โรงฆ่าสัตว์ปีกชุมชน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ต้องการของตลาด และขาดหลักประกันในด้านความยั่งยืนในการสร้างอาชีพการเลี้ยงไก่ประดู่หางดำ เกษตรกรในโครงการจึงมีความต้องการในการสร้างแบรนด์ ผลิตภัณฑ์ ไก่ประดู่หางดำเกษตรกรเมืองสามหมอก บนวัฒนธรรมการบริโภค ความเป็นธรรมชาติของจังหวัดแม่ฮ่องสอน

ในปีที่ 3 โครงการ การบริหารจัดการระบบการเลี้ยงไก่ประดู่หางดำในระบบเลี้ยงปล่อยธรรมชาติ พื้นที่จังหวัดแม่ฮ่องสอน กลุ่มมาตรฐานฟาร์มไก่พื้นเมือง และการสร้างแบรนด์ของเกษตรกรได้ทำการจัดฝึกอบรมทั้งภาคทฤษฎี และภาคปฏิบัติในข้อกำหนดมาตรฐานฟาร์มไก่พื้นเมืองในระบบเลี้ยงปล่อยธรรมชาติ เพื่อนำมาปรับปรุงฟาร์มให้ได้การรับรองมาตรฐานฟาร์มไก่พื้นเมืองในระบบเลี้ยงปล่อยธรรมชาติ ซึ่งเกษตรกรสามารถปฏิบัติได้ร้อยละ 70.83 และมีการจัดการด้านอาหารในระบบธรรมชาติ (การปลูกพืชอาหารสัตว์ในพื้นที่เอง) นอกจากนี้ได้ทำการส่งตัวอย่างเนื้อไก่จากโรงฆ่า และผลิตภัณฑ์แปรรูปจากไก่ประดู่หางดำ เพื่อตรวจหาเชื้อโรคซึ่งผลตรวจพบว่า ไก่สด และผลิตภัณฑ์แปรรูปอยู่ในเกณฑ์ที่ปลอดภัยต่อผู้บริโภค ทั้งนี้โครงการได้ทำการรวบรวมข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภค และปริมาณความต้องการผลิตภัณฑ์ไก่ประดู่หางดำ ในขณะเดียวกันโครงการได้จัดฝึกอบรมให้ความรู้แก่เกษตรกร เกี่ยวกับการสร้างแบรนด์ของชุมชน และสร้างการรับรู้ การประชาสัมพันธ์เพิ่มจุดจำหน่าย ในรูปแบบไก่มีชีวิต ไก่สด ไก่สด แข่งแข็ง ผลิตภัณฑ์จากไก่ประดู่หางดำ และขยายผลิตภัณฑ์เข้าสู่ตลาดระดับกลาง และบน วางระบบเครือข่ายการผลิตระหว่างไก่พ่อแม่พันธุ์ ไก่ขุน วางแผนการบริหารจัดการการผลิต โดยการเชื่อมโยงเครือข่ายเกษตรกรในพื้นที่ และเกษตรกรในชุดโครงการให้สอดคล้องกับแผนการตลาดต่อไป

ดังนั้นโครงการการบริหารจัดการระบบการผลิตและการตลาดสู่การสร้างแบรนด์ไก่ประดู่หางดำของกลุ่มเกษตรกร อำเภอป่า จ.แม่ฮ่องสอน ในระยะที่ 4 (ปี2560-2561) เพื่อช่วยเสริมศักยภาพผลิตอย่างเป็นระบบ ได้มาตรฐานปริมาณและคุณภาพสอดคล้องกับความต้องการของ เกิดการเชื่อมโยงเครือข่ายการผลิต และการตลาด การบริหารจัดการตลอดโซ่อุปทานนอกจากสร้างมูลค่าเพิ่มในโซ่คุณค่า (Value chain) แล้วยังพัฒนาศักยภาพทางการตลาด ทำให้เกษตรกรมีทางเลือกในการเลี้ยงไก่ประดู่หางดำ เป็นอาชีพเสริมทำให้เกิดความยั่งยืน สอดคล้องกับปัจจัยแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม และทรัพยากรทางธรรมชาติในพื้นที่จังหวัดแม่ฮ่องสอน ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคในชุมชน นักท่องเที่ยว และตลาดระดับกลาง และบน สร้างรายได้ และอาชีพที่มั่นคงให้แก่เกษตรกร

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาแนวทางการบริหารจัดการเชื่อมโยงระบบการผลิตและการตลาดไก่ประดู่หางดำของกลุ่มเกษตรกรอำเภอป่า จ.แม่ฮ่องสอนอย่างยั่งยืน
2. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนา ผลิตภัณฑ์แปรรูปผลิตภัณฑ์ไก่ประดู่หางดำที่มีศักยภาพทางการตลาด ตอบสนองความต้องการของตลาดทุกระดับ
 - 2.1 ตลาดระดับชุมชน พัฒนาผลิตภัณฑ์ และผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน (Community Business)
 - 2.2 ตลาดระดับกลางและบน พัฒนาเชื่อมโยงเครือข่ายการตลาด กับโครงการย่อยอื่นๆ
3. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด (Feasibility study) เพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากไก่ประดู่หางดำในตลาดทุกระดับ ของกลุ่มเกษตรกรอำเภอป่า จ.แม่ฮ่องสอน

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

- 1.เกษตรกรและชุมชน สามารถรวมกลุ่มเกษตรกรรายย่อยสร้างรายได้ยึดเป็นอาชีพ สร้างธุรกิจชุมชน ที่ยั่งยืนสืบสานปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง
- 2.เกษตรกรและชุมชน สามารถบูรณาการการทำงานอย่างมีส่วนร่วมกับ ผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับจังหวัดเชื่อมโยงเป็นเครือข่ายกับเกษตรกรในจังหวัดภาคเหนือตอนบน
- 3.เกิดต้นแบบการสร้างอาชีพของเกษตรกรรายย่อย ที่สร้างเศรษฐกิจหมุนเวียนชุมชน ตามยุทธศาสตร์การพัฒนา BCG Model ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทย 4.0

นิยามศัพท์ปฏิบัติการ

เกษตรกร หมายถึง เกษตรกรที่ร่วมโครงการ

ไก่อู่ประดู่ หมายถึง ไก่พื้นเมือง(ประดู่หางดำ) ทั้งพันธุ์แท้และลูกผสม

ผลิตภัณฑ์ หมายถึง ผลิตภัณฑ์แปรรูปผลิตภัณฑ์ไก่อู่ประดู่หางดำที่มีศักยภาพทางการตลาด 3 ชนิด ประกอบด้วย ไก่ย่าง ไก่รมควัน ไก่ต้มน้ำปลา

ความเป็นไปได้ทางการตลาด หมายถึง โอกาสการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากไก่อู่ประดู่หางดำในตลาด ของกลุ่มเกษตรกรอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน

บทที่ 2

การตรวจเอกสารและทบทวนวรรณกรรม

2.1 ทบทวนเอกสารเชิงสังเคราะห์

ด้านการผลิต (ต้องเป็นเนื้อหาเกี่ยวข้องกับงานวิจัย และ/หรือมีบริบทที่เกี่ยวข้อง)

รากฐานที่มาของไก่พื้นเมือง ความสำคัญของไก่พื้นเมืองกับครัวเรือน การเลี้ยงไก่พื้นเมืองในครัวเรือน มุ่งเน้นการบริโภคเป็นหลัก (กนก ผลารักษ์ และคณะ, 2528) การที่เกษตรกรมีการเลี้ยงไก่พื้นเมืองเนื่องจากประโยชน์ 5 ประการ คือ 1) เป็นแหล่งอาหารโปรตีนของชาวบ้านในชนบทที่มีราคาถูก หาง่าย สะดวกที่สุด 2) เป็นรายได้เสริมแบบกระแสรายวันของครอบครัวเกษตรกร 3) เนื้อของไก่พื้นเมืองมีรสชาติดี เนื้อแน่น และไขมันน้อย ทำให้ไก่พื้นเมืองมีราคาสูงกว่าไก่กระທ 4) ไม่ต้องใช้เทคนิคสูง และมีราคาแพง และ 5) สอดคล้องกับระบบการเกษตรแบบผสมผสาน หรือแบบไร่นาสวนผสม (สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, 2558) ซึ่งในอดีตการบริโภคไก่ในชีวิตประจำวันของเกษตรกรมีน้อย การบริโภคไก่เป็นสิ่งที่พบเห็นได้ในโอกาสพิเศษเท่านั้น เช่น มีแขกมาเยือน เลี้ยงแรงงานที่มาช่วยคานา หรือเกี่ยวข้าว (ลงแขก หรือแรงงานทำนา) เป็นต้น แต่ในปัจจุบันการบริโภคไก่ในชีวิตประจำวันมีมากขึ้น แต่มีความแตกต่างกันในแต่ละชุมชน กล่าวคือ ชุมชนที่มีสังคมกึ่งเมืองกึ่งชนบท มีการบริโภคไก่เฉลี่ย 6 ตัวต่อครัวเรือนต่อเดือน แต่ชุมชนที่มีสังคมแบบดั้งเดิมมีการบริโภคไก่ในชีวิตประจำวันเฉลี่ย 1 ตัวต่อครัวเรือนต่อเดือน การเลี้ยงไก่ในครัวเรือนอาจกล่าวได้ว่า เป็นสิ่งเดิมเดิมให้กับการดำรงชีวิตของเกษตรกรในชนบทได้เป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นการลดค่าใช้จ่ายด้านอาหาร และช่วยเป็นค่าใช้จ่ายในยามฉุกเฉิน ไก่หนึ่งตัวสามารถนำมาประกอบอาหารอย่างน้อย 2 มื้อ และเมื่อมีแขกมาเยี่ยมบ้านสามารถใช้เป็นอาหารเลี้ยงแขกได้ในส่วนความสัมพันธ์ของไก่พื้นเมืองกับชุมชน เห็นได้อย่างชัดเจนในงานบุญประเพณี เกษตรกรใช้ไก่ทำเป็นอาหารมาร่วมงานบุญ หรือประกอบพิธีกรรมของชุมชน (อุษา กลิ่นหอม และคณะ, 2548)

สถานการณ์การเลี้ยงไก่พื้นเมือง เกษตรกรในภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือได้รับการส่งเสริมให้เลี้ยงไก่พื้นเมือง (ประคูล่างคำ) ซึ่งเป็นไก่พื้นเมืองพันธุ์แท้ 1 ใน 4 ฟองหลักของประเทศ การพัฒนาระบบการเลี้ยงไก่ของเกษตรกร การสนับสนุนด้านการบริหารจัดการระบบเทคโนโลยี และการควบคุมมาตรฐานการเลี้ยงอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งกรมปศุสัตว์ดำเนินการพัฒนาระบบมาตรฐานฟาร์มไก่พื้นเมืองเพื่อให้เกษตรกรมีการจัดการระบบที่ดีขึ้น ให้ไก่พื้นเมืองออกสู่ตลาด เป็นสินค้าที่มีมาตรฐานรองรับและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค นอกจากนี้โรงฆ่าสัตว์เป็นกระบวนการหนึ่งที่จะทำให้สินค้าออกไปสู่มือผู้บริโภค มีความสะอาดและปลอดภัย ซึ่งปัจจุบันโรงฆ่าสัตว์ปีกขนาดเล็กยังไม่สามารถพัฒนาเข้าสู่ระบบมาตรฐาน GMP ได้ (กรมปศุสัตว์, ม.ป.ป.) ในขณะเดียวกันได้กำหนดมาตรฐานโรงฆ่าสัตว์ปีกชุมชนขึ้น โดยสร้างอาคารด้วยวัสดุที่แข็งแรง มีน้ำสะอาดพอเพียงต่อการใช้ ควรทำความสะอาดฆ่าเชื้อโรคในโรงเรือน (ที่ใช้ในการฆ่า) และอุปกรณ์ที่ใช้อย่างสม่ำเสมอ มีการกำจัดของเสีย ขยะ และสิ่งปฏิกูล รวมทั้งมีการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อโรคจากภายนอกเข้าสู่โรงฆ่าด้วย เช่น มีบ่อน้ำยาฆ่าเชื้อตรงทางเข้าประตู

ฟาร์มหรือ มีการจินตนาการเข้ามาซื้อรถที่เข้าออก (กรมปศุสัตว์, 2549) กระบวนการเหล่านี้จะนำไปสู่การรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตร และการรับรองผลิตภัณฑ์ สามารถเพิ่มมูลค่า และความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค เช่น เนื้อไก่ที่ได้รับการรับรองไก่อนามัยสามารถจำหน่ายราคา 180 บาท/กก. จากราคา 75-90 บาท/กก. (วิชาการณ์, 2558)

รูปแบบการเลี้ยง การเลี้ยงไก่พื้นเมืองมีรูปแบบที่สำคัญ ที่สำคัญ 3 รูปแบบ สำหรับเกษตรกรที่ยึดเป็นอาชีพหลัก จะนิยมซื้อลูกไก่อายุ 1 วัน เลี้ยงในโรงเรือนถึงขังถึงปล่อย รุ่นละ 300-1000 ตัวเลี้ยงขุนเป็นเวลา 75-85 วัน ด้วยอาหารผสมเสริมด้วยหญ้าสับ ใต้น้ำ. ไก่ขุนเฉลี่ย 1.2-1.3 กก./ตัว สำหรับเกษตรกรที่เลี้ยงเป็นอาชีพเสริม จะเลี้ยงพ่อแม่พันธุ์ ให้แม่ไก่ฟักไข่เองตามธรรมชาติ เลี้ยงแบบปล่อยหากินตามธรรมชาติ (Free-range system) เป็นระบบการจัดการเลี้ยงไก่ที่ปล่อยให้ไก่ได้ออกมาอยู่ภายนอกคอกหรือโรงเรือนได้อย่างเป็นอิสระ โดยเป็นพื้นที่ที่มีหญ้าปกคลุม ทำให้ไก่ได้แสดงพฤติกรรมตามธรรมชาติ เช่น การคุ้ยเขี่ย การไถ่กิน การจิกกินพืช ผัก แมลงทำให้ไก่มีความสุข อารมณ์ดี จึงเรียกว่า “Happy chick” (กรมปศุสัตว์, ม.ป.ป.) สหภาพยุโรป มีข้อกำหนดมาตรฐานการเลี้ยงไก่แบบปล่อยว่าต้องมีพื้นที่ภายนอกโรงเรือนอย่างน้อย 4 ตร.ม./ตัว และต้องมีพืชปกคลุมดิน ไก่จะต้องมีอิสระที่จะออกจากคอกได้ตลอดเวลา ภายในคอกต้องมีคอนนอน มีรังไข่ให้ไก่ อย่างน้อย 7 แม่/รัง วิธีการเลี้ยงไก่แบบปล่อยนั้นสอดคล้องกับมาตรฐานเกษตรอินทรีย์มีเหตุผลทางวิทยาศาสตร์ และการปฏิบัติจริงของเกษตรกรในฟาร์มสนับสนุน คือการเลี้ยงไก่แบบปล่อยทำให้ไก่ มีความเป็นอยู่อย่างธรรมชาติ ร่วมด้วยกับการจัดการสภาพแวดล้อมที่อยู่อาศัยที่ดี ทำให้ไก่ไม่เครียด มีความสุข มีภูมิคุ้มกันโรค มีผลทำให้สุขภาพแข็งแรง ความจำเป็นที่ต้องใช้ยาป้องกันหรือรักษาจึงไม่มี (Department for Environment, Food & Rural Affairs, 2012) ดังนั้นควรใช้ระบบมาตรฐานการเลี้ยงไก่ไข่อินทรีย์มาประยุกต์ใช้ ซึ่งนอกจากจะมีวิธีปฏิบัติชัดเจนแล้ว ยังมีระบบการตรวจรับรองที่ สร้างความเชื่อมั่นให้ผู้บริโภค นอกจากนี้ราคาไก่ไข่อินทรีย์ขายได้ในราคาที่สูงกว่าไก่ปกติหลายเท่า

2.2 ทบทวนเอกสารเชิงสังเคราะห์ ด้านการตลาด

ความสำคัญของไก่พื้นเมืองกับครัวเรือน การเลี้ยงไก่พื้นเมืองในครัวเรือน มุ่งเน้นการบริโภคเป็นหลัก (กนก ผลารักษ์ และคณะ, 2528) การที่เกษตรกรมีการเลี้ยงไก่พื้นเมืองเนื่องจากประโยชน์ 5 ประการคือ

- 1) เป็นแหล่งอาหารโปรตีนของชาวบ้านในชนบทที่มีราคาถูก หาง่าย สะดวกที่สุด
- 2) เป็นรายได้เสริมแบบกระแสรายวันของครอบครัวเกษตรกร
- 3) เนื้อของไก่พื้นเมืองมีรสชาติดี เนื้อแน่น และไขมันน้อย ทำให้ไก่พื้นเมืองมีราคาสูงกว่าไก่กระทาง
- 4) ไม่ต้องใช้เทคนิคสูง และมีราคาแพง และ
- 5) สอดคล้องกับระบบการเกษตรแบบผสมผสาน หรือแบบไร่นาสวนผสม (สำนักงานเศรษฐกิจ

อุตสาหกรรม, 2558)

ซึ่งในอดีตการบริโภคไก่ในชีวิตประจำวันของเกษตรกรมีน้อย การบริโภคไก่พื้นเมืองเป็นสิ่งที่พบเห็นได้ในโอกาสพิเศษเท่านั้น เช่น มีแขกมาเยือน เลี้ยงแรงงานที่มาช่วยคานา หรือเกี่ยวข้าว (ลงแขก หรือแรงงานทำนา) เป็นต้น แต่ในปัจจุบันการบริโภคไก่ในชีวิตประจำวันมีมากขึ้น แต่มีความแตกต่างกันในแต่ละชุมชน กล่าวคือ ชุมชนที่มีสังคมกึ่งเมืองกึ่งชนบท มีการบริโภคไก่เฉลี่ย 6 ตัวต่อครัวเรือนต่อเดือน แต่ชุมชนที่มีสังคมแบบดั้งเดิมมีการบริโภคไก่พื้นเมืองในชีวิตประจำวันเฉลี่ย 1 ตัวต่อครัวเรือนต่อเดือน การเลี้ยงไก่พื้นเมืองในครัวเรือน อาจกล่าวได้ว่า เป็นสิ่งเติมเต็มให้กับการดำรงชีวิตของเกษตรกรในชนบทได้เป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นการลดค่าใช้จ่ายด้านอาหาร และช่วยเป็นค่าใช้จ่ายในยามฉุกเฉิน ไก่พื้นเมืองหนึ่งตัวสามารถนำมาประกอบอาหารอย่างน้อย 2 มื้อ และเมื่อมีแขกมาเยี่ยมบ้านสามารถใช้เป็นอาหารเลี้ยงแขกได้ในส่วนความสัมพันธ์ของไก่พื้นเมืองกับชุมชน เห็นได้อย่างชัดเจนในงานบุญประเพณี เกษตรกรใช้ไก่พื้นเมืองทำเป็นอาหารมาร่วมงานบุญ หรือประกอบพิธีกรรมของชุมชน (อุษา กลิ่นหอม และคณะ, 2548)

ปัจจุบันแนวโน้มของผู้บริโภคยุคใหม่ให้ความสำคัญกับการเลือกซื้อ เนื้อ นม ไข่ ที่ได้มาจากการจัดการเลี้ยงสัตว์ ที่คำนึงถึงสวัสดิภาพสัตว์ เพราะทัศนคติของผู้บริโภคคือ มนุษย์นำสัตว์มาเลี้ยงเป็นอาหาร จำเป็นต้องปฏิบัติต่อสัตว์อย่างมีมนุษยธรรม มีความเมตตาต่อสัตว์ (Van Horne and Achterbosch, 2007) จะเห็นได้ว่า ในการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ มีความปลอดภัย จำเป็นต้องมีกระบวนการผลิตที่มีมาตรฐานตั้งแต่ต้นน้ำ (เกษตรกรผู้เลี้ยง) กลางน้ำ (โรงฆ่า) จนถึงมือของผู้บริโภคในทุกระดับ (ปลายน้ำ) ทุกกระบวนการล้วนมีความสำคัญ ดังนั้นการสร้างมาตรฐานฟาร์มที่มีการจัดการอย่างเป็นระบบ โรงฆ่าสัตว์ปีกชุมชนที่ได้รับมาตรฐานรองรับจากกรมปศุสัตว์ แผนการผลิตและตลาด ที่สอดคล้องกัน การรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตร และการรับรองผลิตภัณฑ์สร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคเต็มใจที่จะซื้อผลิตภัณฑ์เหล่านั้นในราคาที่สูงขึ้น สร้างรายได้จากมูลค่าที่เพิ่มขึ้นของผลิตภัณฑ์ ทำให้เกษตรกรสามารถสร้างเป็นอาชีพอย่างยั่งยืนต่อไป

การสร้างการรับรู้ให้ผลิตภัณฑ์และบริการ คือปัจจัยสำคัญที่จะทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น ซึ่งโดยทั่วไปแล้ว การรับรู้ของผู้บริโภคมักผ่านสัมผัสทั้ง 5 หากธุรกิจสามารถสร้างการรับรู้ได้อย่างสมบูรณ์ ครอบคลุมสัมผัสทั้ง 5 ได้ ผู้บริโภคจะเกิดการเรียนรู้ด้วยตัวเองว่า สิ่งที่ได้สัมผัสผ่าน 5 การรับรู้ นั้นพึงพอใจหรือไม่ ทั้งนี้ การตอบสนองของลูกค้าแต่ละคนย่อมแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับประสบการณ์และความพอใจ ซึ่งถือว่าเป็นแรงสนับสนุนให้เกิดการตัดสินใจซื้อได้เป็นอย่างดี (กฤษฎิกา, 2552) มีผลกระทบต่อความเป็นไปได้ในการรับรู้สิ่งกระตุ้น และมีอิทธิพลต่อการเปิดรับเลือกสรร และการตระหนักแบบเลือกสรร สิ่งกระตุ้นทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ของผู้บริโภค เช่น คุณลักษณะของสินค้า การออกแบบบรรจุภัณฑ์ ชื่อตราสินค้า การโฆษณา เป็นต้น (ชูชัย, 2554) การสร้างการรับรู้โดยการจัดประกวดการประกอบอาหารโดยใช้ไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่ พบว่า อาหารที่ผู้บริโภคนิยมนำไก่พื้นเมืองไปประกอบอาหาร ในภาคเหนือตอนบนคือ แกงแบบล้านนา และยำจิ้นไก่ ส่วนภาคอื่นๆ คือ ดมย่ำไก่และไก่ทอด ซึ่งผู้บริโภคเห็นว่าไก่พื้นเมืองมีข้อเด่นที่รสชาติดี เนื้อแน่น มีคุณค่าทางอาหาร (อำนวย, 2553) นอกจากนั้น การสร้างการรับรู้ โดยใช้ป้ายที่มีรายละเอียดข้อมูลเกี่ยวกับไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่ 1 ดิดไว้หน้าที่มีการจำหน่ายไก่ประดู่

หางคำ และถุงพลาสติกบรรจุไก่ ซึ่งพบว่า ก่อนที่จะมีการติดป้ายและใช้ถุงพลาสติก มีผู้บริโภครู้จักไก่ประดู่หางคำ เพียงร้อยละ 3.5 แต่เมื่อ 3 เดือน หลังที่มีการใช้ป้ายและถุงพลาสติก พบว่าผู้บริโภครู้จักเพิ่มขึ้น ร้อยละ 54 แสดงว่าการประชาสัมพันธ์โดยใช้เครื่องมือดังกล่าว สามารถสร้างการรับรู้ และเพิ่มยอดการจำหน่ายไก่พื้นเมืองในพื้นที่ได้ (อานวย และคณะ, 2551)

2.2 ทบทวนเอกสารเชิงสังเคราะห์ด้านผู้บริโภคและตลาด ในการบริโภคเนื้อสัตว์ของประชากรพบว่า การบริโภคเนื้อไก่เป็นอันดับสอง รองจากการเนื้อหมู โดยรสนิยมของคนไทย นิยมนำไก่ไปปรุงเป็นอาหาร ได้แก่ ต้มยำ ข่าง/อบ แกงอ่อม และลาบ ตามลำดับ สำหรับไก่พื้นเมือง นิยมบริโภคไก่พื้นเมืองย่าง ซึ่งพบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในด้านความแน่นนุ่ม กลิ่นหอมของไก่ขณะเคี้ยว ด้านรสชาติ และความพึงพอใจโดยรวม อยู่ในระดับคะแนน 3.55-3.85 (ระดับมาก) โดยข้อเด่นของไก่พื้นเมืองย่าง คือ เนื้อแน่น รสชาติดี ขณะที่ข้อด้อย คือ เนื้อแห้ง และเนื้อน้อย (ชูศักดิ์ ประภาสวัสด์ และคณะ, 2556) ทั้งนี้ จากการวิเคราะห์คุณภาพเนื้อของไก่พื้นเมือง และไก่พื้นเมืองลูกผสม หากเปรียบเทียบคุณภาพเนื้อของไก่พื้นเมือง และไก่พื้นเมืองลูกผสมกับไก่เนื้อ คุณภาพเนื้อไก่พื้นเมือง และไก่พื้นเมืองลูกผสมดีกว่าไก่เนื้อในแง่รสชาติ และสุขภาพของผู้บริโภค เนื่องจากเนื้อมีความเหนียว นุ่ม เปอร์เซ็นต์โปรตีน และสัดส่วนระหว่างกรดไขมันไม่อิ่มตัวต่อกรดไขมันอิ่มตัวในเนื้อสูง แต่มีคอเลสเตอรอลต่ำกว่า ซึ่งเป็นผลดีต่อสุขภาพผู้บริโภค (สัญชัย และคณะ, 2551)

สถานการณ์การบริโภคเนื้อสัตว์ปัจจุบันผู้บริโภคนิยมบริโภคเนื้อไก่เป็นอันดับสอง รองจากเนื้อหมู ชนิดของอาหารที่นิยมนำไก่ไปปรุงเป็นอาหาร ได้แก่ ต้มยำ ข่าง/อบ แกงอ่อม และลาบ ตามลำดับ สำหรับการให้ชิมเนื้อไก่พื้นเมือง พบว่า ความพึงพอใจในด้านความแน่นนุ่ม กลิ่นหอมของไก่ขณะเคี้ยว ด้านรสชาติ และความพึงพอใจโดยรวม อยู่ในระดับคะแนน 3.55-3.85 หมายถึง พึงพอใจมาก โดยข้อเด่นของไก่พื้นเมืองย คือ เนื้อแน่น รสชาติดี ขณะที่ข้อด้อย คือ หากินมาอย่าง เนื้อแห้ง และเนื้อน้อย (ชูศักดิ์ ประภาสวัสด์ และคณะ, 2556) ซึ่งคุณภาพเนื้อไก่ของไก่พื้นเมือง และไก่พื้นเมืองลูกผสม หากเปรียบเทียบคุณภาพเนื้อของไก่พื้นเมือง และไก่พื้นเมืองลูกผสมกับไก่เนื้อ คุณภาพเนื้อไก่พื้นเมือง และไก่พื้นเมืองลูกผสมดีกว่าไก่เนื้อในแง่รสชาติ และสุขภาพของผู้บริโภค พบว่า เนื้อมีความเหนียว นุ่ม เปอร์เซ็นต์โปรตีน และสัดส่วนระหว่างกรดไขมันไม่อิ่มตัวต่อกรดไขมันอิ่มตัวในเนื้อสูง แต่มีคอเลสเตอรอลต่ำกว่า ซึ่งเป็นผลดีต่อสุขภาพผู้บริโภค (เกรียงไกร โชประการ, 2551)

ในด้านการตลาด จากการวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานการผลิตเนื้อไก่ เริ่มจากต้นน้ำคือเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ ผู้โรงฆ่าชำแหละ เข้าสู่กระบวนการผลิต และการแปรรูปผลิตภัณฑ์ และกระจายผลผลิตสู่ผู้บริโภค โดยผลตอบแทนจากการผลิตไก่เนื้อมีชีวิต เป็น 6.08 บาท/กก. เมื่อผ่านกระบวนการฆ่าและชำแหละที่ได้มาตรฐานจะมีมูลค่าเพิ่มขึ้นอีก 10.75 บาท/กก. เมื่อผ่านกระบวนการแปรรูป และจำหน่ายในประเทศ จะมีมูลค่าเพิ่ม 5.54 บาท/กก. (สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม, 2558) จากห่วงโซ่ดังกล่าว การพัฒนา และแปรรูปผลิตภัณฑ์จะต้องอาศัยองค์ความรู้ในการผลิต มีกระบวนการผลิตที่ปลอดภัย และกระบวนการควบคุมคุณภาพที่ได้มาตรฐานส่งผลให้ราคา หรือมูลค่าของผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้นในทุก

ขั้นตอน หากเกษตรกรสามารถมีระบบการบริหารจัดการการแปรรูปผลิตภัณฑ์ และการตลาดที่ดีย่อมสามารถเพิ่มรายได้ให้เกษตรกรมากกว่าการจำหน่ายไก่มีชีวิตเพียงอย่างเดียว ก่อให้เกิดการสร้างอาชีพที่มั่นคงให้แก่เกษตรกร และชุมชน

ปัจจุบันไก่พื้นเมืองมีโอกาสทางการตลาดสูง สามารถสร้างรายได้ และเพิ่มมูลค่าจากการมีจุดเด่นที่แตกต่างจากไก่เนื้อ(Broiler) ทั้งคุณภาพ และคุณค่าอื่น เช่น รสชาติ ความอร่อย ระบบการผลิตที่ปลอดภัยเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีโภชนาการสูง สามารถแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคทุกกลุ่ม (ศิริพร กิริติการกุล, 2557)ไก่พื้นเมืองพันธุ์ประดู่หางดำ ซึ่งเป็นไก่พื้นเมืองพันธุ์แท้ ที่หน่วยงานทั้งภาครัฐ และเอกชน ส่งเสริมให้เกษตรกรรายย่อยเลี้ยงเป็นอาชีพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเลี้ยงในระบบปล่อยหากินตามธรรมชาติ มีการจัดการฟาร์มที่ได้มาตรฐานอย่างเป็นระบบ ผลผลิตที่มีคุณภาพจัดเป็นสินค้าเฉพาะ (Niche) ที่สร้างความมั่นใจแก่ผู้บริโภค มีการสร้างการรับรู้ และประชาสัมพันธ์ในตลาดทุกระดับ (ศิริพร กิริติการกุล, 2557)

ดังนั้นการขยายโอกาสทางการตลาด ด้านการสร้างการรับรู้ให้ผลิตภัณฑ์ และบริการซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น ซึ่งโดยทั่วไปแล้ว การรับรู้ของผู้บริโภคผ่านสัมผัสทั้ง 5 หากธุรกิจสามารถสร้างการรับรู้ได้อย่างสมบูรณ์ครอบคลุมสัมผัสทั้ง 5 ได้ ผู้บริโภคจะเกิดการเรียนรู้ด้วยตัวเองว่า สิ่งที่ได้สัมผัสผ่าน 5 การรับรู้ นั้นพึงพอใจหรือไม่ ทั้งนี้ การตอบสนองของลูกค้านั้นแต่ละคนย่อมแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ และความพอใจ ซึ่งถือว่าเป็นแรงสนับสนุนให้เกิดการตัดสินใจซื้อได้เป็นอย่างดี (กฤษฎิกา, 2553) มีผลกระทบต่อความเป็นไปได้ในการรับรู้สิ่งกระตุ้น และมีอิทธิพลต่อการเปิดรับเลือกสรร และการตระหนักแบบเลือกสรร สิ่งกระตุ้นทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ของผู้บริโภค เช่น คุณลักษณะของสินค้า การออกแบบบรรจุภัณฑ์ ชื่อตราสินค้า การโฆษณา เป็นต้น (ชูชัย, 2554) นักวิจัยที่ศึกษาการสร้างการรับรู้โดยการจัดประกวดการประกอบอาหารโดยใช้ไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่ พบว่า อาหารที่ผู้บริโภคนิยมนำไก่พื้นเมืองไปประกอบอาหาร ในภาคเหนือตอนบน คือ แกงแบบล้านนา และยำจินไก่ ส่วนภาคอื่นๆ คือ ต้มยำไก่และไก่ทอด ซึ่งผู้บริโภคนั้นเห็นว่าไก่พื้นเมืองมีข้อเด่นที่รสชาติดี เนื้อแน่น มีคุณค่าทางอาหาร (อานวย, 2553) นอกจากนั้น การสร้างการรับรู้ โดยใช้ป้ายที่มีรายละเอียดข้อมูลเกี่ยวกับไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่ 1 ดิดไว้หน้าที่มีการจำหน่ายไก่ประดู่หางดำ และถุงพลาสติกบรรจุไก่ ซึ่งพบว่า ก่อนที่จะมีการติดป้ายและใช้ถุงพลาสติก มีผู้บริโภครู้จักไก่ประดู่หางดำ เพียงร้อยละ 3.5 แต่เมื่อ 3 เดือน หลังที่มีการใช้ป้ายและถุงพลาสติก พบว่าผู้บริโภครู้จักเพิ่มขึ้น ร้อยละ 54 แสดงว่าการประชาสัมพันธ์โดยใช้เครื่องมือดังกล่าว สามารถสร้างการรู้จัก และเพิ่มยอดการจำหน่ายไก่พื้นเมืองในพื้นที่ (อานวย และคณะ, 2551)

ในการสร้างอาชีพที่ยั่งยืนแก่เกษตรกรรายย่อย ด้วยการรวมกลุ่มเกษตรกรให้เกิดการบริหารร่วมกันตลอดห่วงโซ่อุปทาน ประกอบด้วยห่วงโซ่ 4 ห่วงโซ่ ที่เริ่มจากต้นน้ำคือเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ ตัวโรงฆ่าชำแหละเข้าสู่กระบวนการผลิต และการแปรรูปผลิตภัณฑ์ และกระจายผลผลิตสู่ผู้บริโภค โดยผลตอบแทนจากการผลิตไก่เนื้อมีชีวิต เป็น 6.08 บาท/กก. เมื่อผ่านกระบวนการชำแหละชำแหละที่ได้มาตรฐานจะมีมูลค่าเพิ่มขึ้น

อีก 10.75 บาท/กก. เมื่อผ่านขบวนการแปรรูป และจำหน่ายในประเทศ จะมีมูลค่าเพิ่ม 5.54 บาท/กก. (สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม, 2558) จากห่วงโซ่ดังกล่าว การพัฒนา และแปรรูปผลิตภัณฑ์จะต้องอาศัยองค์ความรู้ในการผลิต มีกระบวนการผลิตที่ปลอดภัย และกระบวนการควบคุมคุณภาพที่ได้มาตรฐานส่งผลให้ราคา หรือมูลค่าของผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้นในทุกขั้นตอน หากเกษตรกรสามารถมีระบบการบริหารจัดการการแปรรูปผลิตภัณฑ์ และการตลาดที่ดีย่อมสามารถเพิ่มรายได้ให้เกษตรกรมากกว่าการจำหน่ายไก่มีชีวิตเพียงอย่างเดียว ก่อให้เกิดการสร้างอาชีพที่มั่นคงให้แก่เกษตรกร และชุมชน ปัจจุบันไก่พื้นเมืองมีโอกาสทางการตลาดสูง สามารถสร้างรายได้ และเพิ่มมูลค่าจากการมีจุดเด่นที่แตกต่างจากไก่ Broiler ทั้งคุณภาพ และคุณค่าอื่น เช่น รสชาติ ความอร่อย ระบบการผลิตที่ปลอดภัย เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีโภชนาการสูง สามารถแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคทุกกลุ่ม (ศิริพร, 2557) สำหรับความยั่งยืนและการพึ่งพาตนเองของระบบการสร้างอาชีพ ซึ่งไก่ประดู่หางดำ มีศักยภาพทางด้านการตลาด ทำสามารถพัฒนาต่อยอดให้เกิด ตลาดชุมชน /ตลาดสีเขียว ที่หน่วยงานทั้งภาครัฐ และเอกชน ควรส่งเสริมให้เกษตรกรรายย่อยเลี้ยงเป็นอาชีพ รวมกลุ่มกันในการผลิต ที่มีจุดแข็งจากระบบการเลี้ยงในระบบปล่อยหากินตามธรรมชาติ มีการจัดการฟาร์มที่ได้มาตรฐานตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ผลผลิตที่มีคุณภาพเหล่านี้หากเกษตรกรรวมกลุ่มแปรรูปสู่ผู้บริโภคเป้าหมาย จะถูกจัดเป็นสินค้าเฉพาะ (Niche) ที่สร้างความมั่นใจแก่ผู้บริโภค มีการสร้างการรับรู้ และประชาสัมพันธ์ในตลาดทุกระดับ จะสร้างตลาดและแบรนด์ที่เกษตรกรเป็นเจ้าของร่วมกัน (ศิริพร, 2557)

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

สถานที่ในการศึกษา

ในการศึกษครั้งนี้ ทำการเลือกพื้นที่ ตำบลทุ่งยาว อำเภอปาย และตำบลผาบ่อง อำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอนเป็นพื้นที่ในการศึกษา โดยเป็นพื้นที่ที่ทำการศึกษาต่อเนื่องเป็นปีที่สี่ของโครงการ

ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษา ดำเนินกิจกรรมตลอดโซ่อุปทาน เพื่อรวบรวมข้อมูลจากประชากร 2 กลุ่ม ประกอบด้วย เกษตรกร และผู้บริโภคน ดังนี้

1. เกษตรกร ในโครงการตั้งแต่ปีที่ 1 (ปี 2555) จำนวน 12 คน เป็นประชากรของการศึกษา
2. ผู้บริโภค แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม โดยเป็นนักท่องเที่ยวคนไทยจากนอกท้องถิ่น และผู้บริโภคในจังหวัดแม่ฮ่องสอน ผู้บริโภคทำการศึกษาข้อมูลจากตัวอย่างที่เป็นตัวแทนผู้บริโภคเป้าหมาย

ตัวอย่างและวิธีการสุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษครั้งนี้ เนื่องจากประชากรทั้ง 2 กลุ่ม ไม่ทราบขนาดประชากรที่แน่นอนจะใช้วิธีการสุ่มแบบกรณีไม่ทราบจำนวนประชากร. W.G.cochran. (1963). ด้วยระดับความเชื่อมั่นที่อย่างน้อย 95 %

ใช้สูตรของ W.G.cochran

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{d^2}$$

เมื่อ n คือ จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

P คือ ร้อยละ 30 ของประชากร

Z คือ ระดับความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ Z มีค่าเท่ากับ 1.96 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 (ระดับ 0.5)

d คือ ค่าความผิดพลาดสูงสุดที่เกิดขึ้น = .05

แทนค่าในสูตร

$$n = \frac{0.3(1-0.3)1.96^2}{0.05^2}$$

$$N = 330 \text{ ตัวอย่าง}$$

ซึ่งในการเก็บข้อมูลครั้งนี้ 330 ตัวอย่าง แบ่งเป็น 2 กลุ่มเท่าๆ กัน คือ กลุ่มผู้บริโภคในท้องถิ่น 165 ตัวอย่าง และกลุ่มนักท่องเที่ยว 165 ตัวอย่าง

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random Sampling) โดยไม่ให้เกิดการนับซ้ำ สถานที่เก็บข้อมูล อำเภอปาย และ อำเภอเมืองจังหวัดแม่ฮ่องสอน ในช่วงเทศกาลตั้งแต่เดือน มกราคม-กุมภาพันธ์ ปีพ.ศ. 2561

ข้อมูล และเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล

1. เกษตรกรจะรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสัมภาษณ์ ประกอบด้วย ข้อมูลด้านการผลิต ประกอบด้วย ขนาดการเลี้ยง ขนาดพื้นที่เลี้ยง การใช้อาหารสำเร็จรูป การใช้พืชอาหาร ชนิดของพืชอาหาร วิธีการให้อาหาร แรงงาน การใช้วัคซีน ข้อมูลต้นทุน และผลตอบแทนการผลิต ประกอบด้วย ปริมาณผลผลิต ผลพลอยได้จากการผลิต เพื่อการคำนวณรายได้ – ค่าใช้จ่าย = กำไร/ขาดทุน ข้อมูลด้านการตลาดประกอบด้วย ต้นทุนการแปรรูป ราคาผลิตภัณฑ์ โอกาสด้านการตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการแปรรูปผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพจากไป่ประคู้หางคำของกลุ่มเกษตรกร

2. ผู้บริโภค รวบรวมข้อมูลด้านเศรษฐกิจและสังคม ประกอบด้วย อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ ข้อมูลความต้องการผู้บริโภคท้องถิ่น นักท่องเที่ยว ความพึงพอใจและความชื่นชอบที่มีต่อผลิตภัณฑ์ไป่ประคู้หางคำ การทดสอบความต้องการผู้บริโภค อันเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพของเกษตรกร อำเภอปาย และอำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน

เครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลใช้แบบสัมภาษณ์ ในการรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องด้านการผลิต และการตลาด ซึ่งเก็บจากเกษตรกร และผู้บริโภค ตามลำดับ

การวิเคราะห์ข้อมูล และเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์

ทำการบันทึกข้อมูล และตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลเพื่อการประมวลผล ใช้โปรแกรมประมวลผล ทางสังคมศาสตร์ (SPSS) เครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย เครื่องมือสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด

เป้าหมายการผลิตและการตลาดของโครงการ

กลุ่มเกษตรกรและเกษตรกรเครือข่ายได้ร่วมกันกำหนดเป้าหมายการผลิตและการตลาดของโครงการ (ตารางที่ 1 และ 2) และออกแบบกิจกรรมกลุ่มเพื่อบรรลุเป้าหมายดังกล่าว

ตารางที่ 1 แผนการผลิต

รูปแบบการผลิต	เป้าหมายการผลิต(ตัว)							
	พ่อพันธุ์	แม่พันธุ์	ลูกไก่	รุ่นที่ 1	รุ่นที่ 2	รุ่นที่ 3	รุ่นที่ 4	รวมไก่ขุน
1. เกษตรกรเลี้ยงพ่อแม่พันธุ์ไก่ประดู่หางดำพันธุ์แท้	8	50	4,000	800	800	800	800	3,200
2. เกษตรกรเลี้ยงพ่อแม่พันธุ์ (ลูกผสมประดู่หางดำ+โรดไอส์แลนด์เรด)	30	250	48,000	9,600	9,600	9,600	9,600	38,400

ตารางที่ 2 แผนการตลาด

ลำดับ	รายชื่อเกษตรกร	เดือน											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	นางเกษร หล้าวงศ์												
2	นางพวงสร้อย สมานทรัพย์												
3	นายธงชัย โอ๊ะเรือนแก้ว												
4	นายเสริม เปี้ยวอ้าย												
5	นางอังคณา เจียวอ่อน												
6	นางอำพัน แก้วตา												
7	นางจันทร์แดง แก้ววงศ์มูล												
8	นายพล วาริสีโส												
9	นายอานนท์ พงษ์ปรีชานันท์												
10	นายจรัส อุ่นใจ												
11	นายถนอม สิงห์พรหม												
12	นางคำใส พิชิตวงศ์												

บทที่ 4

ผลการดำเนินงานของโครงการ

การดำเนินงาน ตามวัตถุประสงค์ 3 ข้อ คือ

วัตถุประสงค์ ข้อที่ 1: เพื่อศึกษาแนวทางการบริหารจัดการเชื่อมโยงระบบการผลิตและการตลาดไก่
ประจวบคีรีขันธ์ของกลุ่มเกษตรกร อำเภอปลาย จ.แม่ฮ่องสอน อย่างยั่งยืน ดำเนินกิจกรรม ดังนี้

1. ประชุมกลุ่มเกษตรกรเพื่อชี้แจงวัตถุประสงค์ สร้างการมีส่วนร่วมในการวางแผนการผลิต
2. การเลี้ยงพ่อแม่พันธุ์เพื่อผลิตลูกไก่ (พันธุ์แท้ และลูกผสม)
3. ปฏิทินการจัดการตู้ฟัก
4. การผลิตไก่ขุน
5. การประชุมวางแผนแนวทางการจัดตั้งศูนย์คัดเลือกพันธุ์ชุมชน และศูนย์ผลิตอาหารท้องถิ่น
6. วางแผนคัดเลือกพ่อแม่พันธุ์ที่มีคุณลักษณะประจำพันธุ์
7. ศูนย์คัดเลือกพันธุ์ชุมชน และวางแผนการผสมพันธุ์อำเภอปลาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน
8. ศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ท้องถิ่น
9. วางแผนปฏิทินการปลูกพืชอาหารสัตว์ในพื้นที่ (หญ้า ถั่วเหลือง มันสำปะหลัง ข้าว ข้าวโพด)
10. วางแผนการใช้วัตถุดิบอาหารสัตว์ที่มีในท้องถิ่น
11. ศูนย์การถ่ายทอด และจัดการองค์ความรู้พืชอาหารของชุมชน

วัตถุประสงค์ ข้อที่ 2: เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนา ผลิตภัณฑ์แปรรูปผลิตภัณฑ์ไก่ประจวบคีรีขันธ์
ศักยภาพทางการตลาด ตอบสนองความต้องการของตลาดทุกระดับ ดำเนินกิจกรรม ดังนี้

1. จัดฝึกอบรมให้ความรู้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้เลี้ยงไก่ประจวบคีรีขันธ์
2. กิจกรรมการแปรรูป และการตลาด
3. ทดสอบผลิตภัณฑ์ ที่ตอบสนองความต้องการผู้บริโภคเป้าหมาย
4. พัฒนาตลาด สร้าง Brand /โลโก้ ที่เป็นเอกลักษณ์ สื่อถึงผลิตภัณฑ์ที่วางจำหน่ายและแผนการตลาด
5. พัฒนาผลิตภัณฑ์ ที่มีศักยภาพทางการตลาด 2 ชนิด
6. สำรวจความต้องการของบริโภค ความต้องการตลาดเนื้อไก่ประจวบคีรีขันธ์ และผลิตภัณฑ์ 2 กลุ่ม (ไก่สดแช่แข็ง และผลิตภัณฑ์พร้อมบริโภค) ขึ้นส่วน รูปแบบ และวิธีการบริโภคของผู้บริโภคในตลาดระดับต่างๆ โดยการสัมภาษณ์กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายในตลาดแต่ละระดับ
7. นำผลการศึกษาความต้องการบริโภคผลิตภัณฑ์แปรรูป มาต่อยอดสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในตลาดระดับต่างๆ อย่างน้อย 2 ชนิด

วัตถุประสงค์ ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด เพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากไก่ประดู่หางดำในตลาดทุกระดับ ดำเนินกิจกรรม 4 ดังนี้

1. สร้างตลาดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในพื้นที่ และเครือข่ายการตลาดกับโครงการย่อยอื่นๆ ร่วมกับสำนักประสานงาน
2. พัฒนาเชื่อมโยงตลาดระดับกลาง และบนร่วมกับเครือข่าย และสำนักประสานงาน
3. ประชาสัมพันธ์ สร้างการรับรู้ผลิตภัณฑ์จากไก่ประดู่หางดำให้เป็นที่รู้จักของผู้บริโภค ทั้งในชุมชน และนักท่องเที่ยว โดยผ่านสื่อต่างๆ เช่น เสียงตามสาย วิทยุ ป้ายประชาสัมพันธ์ และสื่อออนไลน์ต่างๆ เพื่อส่งเสริมและสร้างโอกาสทางการตลาด
4. จัดหานักลงทุนที่มีความสนใจร่วมลงทุนกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้เลี้ยงไก่ประดู่หางดำ ในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพ

ผลที่การดำเนินกิจกรรมตามวัตถุประสงค์ มีรายละเอียดดังนี้

วัตถุประสงค์ ข้อที่ 1: เพื่อศึกษาแนวทางการบริหารจัดการเชื่อมโยงระบบการผลิตและการตลาดไก่ประดู่หางดำของกลุ่มเกษตรกร อำเภอปาย จ.แม่ฮ่องสอน อย่างยั่งยืน

กิจกรรมที่ 1 ประชุมกลุ่มเกษตรกรเพื่อชี้แจงวัตถุประสงค์ สร้างการมีส่วนร่วมในการวางแผนการผลิต

1. โครงการฯ ได้จัดประชุมชี้แจงวัตถุประสงค์ของโครงการ ในวันที่ 20 มกราคม 2561 โดยมีเกษตรกรเข้าร่วม จำนวน 10 ราย ซึ่งวัตถุประสงค์ ประกอบด้วย

1.1 เพื่อศึกษาแนวทางการบริหารจัดการเชื่อมโยงระบบการผลิตและการตลาดไก่ประดู่หางดำของกลุ่มเกษตรกรอำเภอปาย จ.แม่ฮ่องสอนอย่างยั่งยืน

1.2 เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนา ผลิตภัณฑ์แปรรูปผลิตภัณฑ์ไก่ประดู่หางดำที่มีศักยภาพทางการตลาด ตอบสนองความต้องการของตลาดทุกระดับ

1.2.1 ตลาดระดับชุมชน พัฒนาผลิตภัณฑ์ และผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน (Community Business)

1.2.2 ตลาดระดับกลางและบน พัฒนาเชื่อมโยงเครือข่ายการตลาด กับโครงการย่อยอื่นๆ

1.3 เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด (Feasibility study) เพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากไก่ประดู่หางดำในตลาดทุกระดับ ของกลุ่มเกษตรกรอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน

2. โครงการฯ ได้ให้ความรู้เบื้องต้น เกี่ยวกับการเลี้ยงไก่ประดู่หางดำที่ถูกต้อง แก่เกษตรกร โดยมีคุณณรงค์ วีรารักษ์ นักวิชาการสัตวบาลชำนาญการ และอาจารย์ภาคภูมิ เสาวภาคย์ อาจารย์ประจำคณะสัตวศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ซึ่งเนื้อหาเป็นดังนี้

2.1 ด้านพื้นที่การเลี้ยงไก่ เป็นที่โล่งอากาศถ่ายเทดี มีขอบเขตชัดเจน (มีรั้วรอบบริเวณ ทั้งที่เลี้ยงปล่อย) สามารถคุมการระบาดของโรคได้ (มีรั้วรอบ มีโรงเรือนที่ปิดมิดชิด) มีรั้วแยกจากพื้นที่อยู่อาศัย และห่างจากแหล่งรวมสัตว์ปีก โรงฆ่าสัตว์ปีก

2.2 ด้านโรงเรือน และการเลี้ยงปล่อย โรงเรือนปิดมิดชิด สร้างด้วยวัสดุที่คงทนพอสมควร ทำความสะอาดได้ง่าย เช่นหลังคาสังกะสี หรือกระเบื้องเป็นต้น ขนาดพื้นที่ 8-10 ตัว/ตรม. มีทางเข้าออกพื้นที่ การเลี้ยงสัตว์มีทางเดียว ภายในโรงเรือนมีคอนนอน และมีรังไข่ 1 รังต่อ 4 แม่พื้นที่รอบๆ โรงเรือน เป็นพื้นที่โล่งเตียน สะอาด (ควรเป็นพื้นที่ที่มีพืชอาหารธรรมชาติ เช่น หญ้า ถั่ว) เพื่อให้ไก่ได้แสดงพฤติกรรม และคุ้ยเขี่ยหากิน การเลี้ยงไก่เป็นพื้นที่โล่ง ขนาดเลี้ยงปล่อยมากกว่า 4 ตารางเมตรต่อตัว มีช่วงเวลาให้ไก่ ออกมาอยู่พื้นที่การเลี้ยงปล่อย ไม่น้อยกว่า $\frac{1}{2}$ ของช่วงชีวิตของไก่ และไม่มีการเลี้ยงสัตว์ปีกชนิดอื่นๆ ในพื้นที่การเลี้ยงปล่อย

2.3 ด้านระบบการให้อาหาร ถึงอาหาร ที่ให้อาหาร ต้องอยู่ในโรงเรือนไก่ เพื่อป้องกันนกมาจิกกิน อาหารหยาบที่ให้กิน ต้องมีส่วนไม่น้อยกว่า 40% ของอาหารที่ให้กินทั้งหมด และมีโรงเรือน หรืออุปกรณ์เก็บอาหารที่ปิดมิดชิด ป้องกันนกหรือสัตว์อื่นๆ มากินได้

2.4 ด้านการป้องกันโรค ในฟาร์มควรมีคอกแยกไก่ป่วย มีอ่างน้ำยาจุ่มเท้าก่อนเข้าเขตการเลี้ยง มีป้ายห้ามเข้าก่อนได้รับอนุญาต ให้วัคซีนโรคสำคัญดังนี้ โรคนิวคาสเซิล โรคหลอดลมอักเสบติดต่อ โรคคอหิ่วสัตว์ปีก โรคฝีดาษ และโรคกัมโบโร การจัดการไก่ตาย ให้ฝังหรือเผา โดยมีพื้นที่ฝังหรือเผาฝังซาก หรือเผาเผาซากของฟาร์ม ไม่ใช้ยาปฏิชีวนะ และฮอร์โมนในการกระตุ้นการเจริญเติบโต และหากมีการให้ยาในการรักษา ต้องมีระยะหยุดยาตามกำหนด

2.5 ด้านสิ่งแวดล้อม ในฟาร์มมีเตา หรือถังขยะในการเก็บขยะ และห้ามนำสิ่งปฏุงพื้นมาใช้ซ้ำอีก ในกรณีที่ใช้วัสดุปูรองพื้น

2.6 ด้านระยะเวลาการเลี้ยง การเลี้ยงไก่ขุนควรมีระยะเวลาการเลี้ยงไม่ต่ำกว่า 56 วันหรือมากกว่า



ภาพที่ 1 ประชุมชี้แจงวัตถุประสงค์โครงการ รับฟังความเห็น และสร้างการมีส่วนร่วมแก่เกษตรกรในโครงการ และการให้ความรู้เบื้องต้น (20 มกราคม 61)

ตารางที่ 3 รายชื่อเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ประดู่หางดำ จำนวน 12 ราย

ลำดับ	รายชื่อเกษตรกร	ที่อยู่	เลขบัตรประชาชน
1	นางเกษร หล้าวงศ์	เลขที่ 82 หมู่ที่ 9 ต.ทุ่งยาว อ.ปาย	3580300147589
2	นางพวงสร้อย สมานทรัพย์	เลขที่ 69/2 หมู่ที่ 8 ต.เวียงเหนือ อ.ปาย	3580300183534
3	นายธงชัย โอ๊ะเรือนแก้ว	เลขที่ 74 หมู่ที่ 9 ต.ทุ่งยาว อ.ปาย	3580300146876
4	นายเสริม เบี้ยวอาย	เลขที่ 11 หมู่ที่ 9 ต.ทุ่งยาว อ.ปาย	3580300146655
5	นางอังคณา เขียวอ่อน	เลขที่ 43 หมู่ที่ 9 ต.ทุ่งยาว อ.ปาย	3509900914864
6	นางอำพัน แก้วตา	เลขที่ 49 หมู่ที่ 9 ต.ทุ่งยาว อ.ปาย	3580300126042
7	นางจันทร์แดง แก้ววงศมุล	เลขที่ 89 หมู่ที่ 9 ต.ทุ่งยาว อ.ปาย	3580300143541
8	นายพล วาริสีโส	เลขที่ 67/1 หมู่ที่ 4 ต.แม่ฮี้ อ.ปาย	5580190001395
9	นายอานนท์ พงษ์ปรีชานันท์	เลขที่ 223 หมู่ที่ 4 ต.แม่ฮี้ อ.ปาย	3580300104161
10	นายจรัส อุ่นใจ	เลขที่ 57 หมู่ 4 ต.ผาป่อง อ.เมือง	3580100171214
11	นายถนอม ลิงห์พรหม	เลขที่ 106/1 หมู่ที่ 3 ต.ห้วยโป่ง อ.เมือง	3580100227082
12	นางคำใส พิชิตวงศ์	เลขที่ 162 หมู่ที่ 5 ต.ปางหมู อ.เมือง	3580100216251

กิจกรรมที่ 2 การเลี้ยงพ่อแม่พันธุ์เพื่อผลิตลูกไก่ (พันธุ์แท้ และลูกผสม)

จากการประชุมรับฟังความเห็นสร้างการมีส่วนร่วมของนักวิจัย และเกษตรกรในโครงการ ที่ได้ร่วมกันพัฒนาโครงการมาอย่างต่อเนื่องใน 3 ระยะที่ผ่านมา ปัญหาหนึ่งของความยั่งยืนในการพัฒนาระบบการสร้างอาชีพจากไก่ประดู่หางดำในจังหวัดแม่ฮ่องสอน คือการเข้าถึงสายพันธุ์ที่ดี ในราคาที่เป็นธรรม นักวิจัย และเกษตรกรมีความเห็นร่วมกันในการสร้างความเข้มแข็งพึ่งพาตนเองได้โดยการ พัฒนาเกษตรกรในโครงการให้มีการเลี้ยงพ่อแม่พันธุ์เพื่อผลิตลูกไก่ (พันธุ์แท้ และลูกผสม) กลุ่มเกษตรกรมีการวิเคราะห์และกำหนดเงื่อนไข (Conditions) 4 ประการ ของเกษตรกรที่จะทำหน้าที่ดังกล่าว ดังนี้

1. มีความสนใจ
2. มีความรู้ ในการเลี้ยงพ่อแม่พันธุ์ การจัดการด้านอาหารสำหรับการเลี้ยง
3. มีความรู้ในการจัดการตู้ฟัก การกกลูกไก่ และการทำโปรแกรมวัคซีน
4. และความพร้อมในการลงทุน เพื่อการเลี้ยงพ่อแม่พันธุ์ และการลงทุนในตู้ฟักไข่อัตโนมัตี ทั้งนี้

โครงการจะร่วมลงทุนบางส่วน (Partial investment)

จากการกำหนดเงื่อนไขดังกล่าว เกษตรกรที่ร่วมโครงการมีส่วนร่วมในการสร้างความเข้มแข็งและบริหารความเสี่ยงในการกระจายผลผลิตลูกไก่ (พันธุ์แท้ลูกผสม) โดยจะเป็นเกษตรกรที่รับซื้อลูกไก่จากปฏิทินการผลิต โดยสร้างปฏิทินการผลิตร่วมกันของเกษตรกรในโครงการ และเกษตรกรเครือข่าย (เกษตรกรที่สนใจซื้อลูกไก่ไปเลี้ยงขุนต่อทั่วไป) โดยมีการกำหนดราคาที่แตกต่างกัน

1. ราคาลูกไก่ประดู่หางดำพันธุ์แท้ที่มีต้นทุนการผลิตสูงกว่า จะกำหนดราคาที่สูงกว่าลูกไก่ที่เป็นลูกผสม (แม่พันธุ์โรดไทย พ่อพันธุ์ประดู่หางดำ) ทั้งนี้จะมีการนำต้นทุนการผลิตลูกไก่มาเป็นข้อมูลในการ

กำหนดราคา ซึ่งเกษตรกรผู้ผลิตได้รับการสนับสนุนพันธุ์ และคู่ฟักจากโครงการ จะจำหน่ายลูกไก่ในราคาที่เป็นธรรม (ต่ำกว่าราคาตลาด)

2. ราคาลูกไก่ที่จำหน่ายแก่เกษตรกรทั่วไปจะกำหนดในราคาตลาด

3. ลูกไก่ที่เกษตรกรผู้ผลิตลูกไก่ ทำการกก และทำวัคซีนแล้ว จะกำหนดราคาเพิ่มตามต้นทุนเพิ่ม

เกษตรกรที่ทำหน้าที่เลี้ยงพ่อแม่พันธุ์เพื่อผลิตลูกไก่ จะได้รับการพัฒนาองค์ความรู้ พัฒนาการจัดการฟาร์ม การจัดการคู่ฟัก ระบบการกกลูกไก่ เพื่อพัฒนาให้เกษตรกรเหล่านี้เป็นเกษตรกรผู้นำ และยกระดับเป็นศูนย์กลางคัดเลือกพันธุ์ไก่ประดู่หางดำชุมชน ที่จะเป็แหล่งผลิต และใช้ประโยชน์สายพันธุ์ไก่ประดู่หางดำพันธุ์แท้ให้แก่ อำเภอปาย และอำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอนต่อไป

เกษตรกรที่มีคุณสมบัติ และความพร้อมตามเงื่อนไขข้างต้น มีจำนวน 3 ราย ประกอบด้วย นายธงชัย โอ๊ะเรือนแก้ว นายอานนท์ พงษ์ปรีชานันท์ อำเภอปาย ที่เลี้ยงพ่อแม่พันธุ์ประดู่หางดำเพื่อผลิตลูกไก่พันธุ์แท้ และนายจรัส อุ่นใน อำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน เลี้ยงไก่แม่พันธุ์โรดไทย พ่อพันธุ์ประดู่หางดำ เพื่อผลิตลูกไก่ประดู่หางดำลูกผสม ข้อมูลขนาดการเลี้ยงพ่อแม่พันธุ์ของเกษตรกรผู้นำในการเลี้ยงพ่อแม่พันธุ์แสดงในตารางที่ 4-15

1. การเลี้ยงพ่อแม่พันธุ์ผลิตลูกไก่พันธุ์แท้

เกษตรกรที่มีศักยภาพในการเลี้ยงพ่อแม่พันธุ์เพื่อผลิตลูกไก่พันธุ์แท้ รวมถึงการเลี้ยงลูกไก่พันธุ์แท้เพื่อผลิตพ่อแม่พันธุ์ มีจำนวน 2 ราย ได้แก่ นายธงชัย โอ๊ะเรือนแก้ว และ นายอานนท์ พงษ์ปรีชานันท์ โดย

1.1 ข้อมูลการผลิตไก่ประดู่หางดำพันธุ์แท้ของนายธงชัย โอ๊ะเรือนแก้ว

1.1.1 ข้อมูลเบื้องต้นในการเลี้ยงลูกไก่พันธุ์แท้เพื่อผลิตแม่พันธุ์

นายธงชัย โอ๊ะเรือนแก้ว นำลูกไก่พันธุ์แท้เข้าเลี้ยงเพื่อสร้างแม่พันธุ์ จำนวน 150 ตัว (ตารางที่ 4) คัดลูกไก่ออก ร้อยละ 57.33 (เนื่องจากเป็นเพศผู้ 85 ตัว เพศเมียไม่เหมาะสม 1 ตัว) สามารถผลิตแม่พันธุ์ได้ในสัปดาห์ที่ 23 จำนวน 60 ตัว (ร้อยละ 40.00 ของจำนวนลูกไก่เข้าเลี้ยง) ใช้อาหารในการเลี้ยงสะสมเฉลี่ย 8.09 กิโลกรัม/ตัว/สัปดาห์ โดยใช้อาหารเลี้ยงลูกไก่ (สัปดาห์ที่ 1 – 4) เฉลี่ย 20.75 กรัม/ตัว/วัน ใช้อาหารเลี้ยงไก่รุ่น (สัปดาห์ที่ 5 – 16) เฉลี่ย 46.33 กรัม/ตัว/วัน ใช้อาหารเลี้ยงไก่สาว (สัปดาห์ที่ 17 – 23) เฉลี่ย 73.86 กรัม/ตัว/วัน ณ สัปดาห์ที่ 23 ได้น้ำหนักแม่พันธุ์เฉลี่ย 1.76 กิโลกรัม/ตัว และมีต้นทุนในการผลิตไก่สาวเฉลี่ย 229.98 บาท/ตัว (ตารางที่ 6)

1.1.2 ข้อมูลในการเลี้ยงพ่อแม่พันธุ์เพื่อผลิตลูกไก่ จากแม่พันธุ์ประดู่หางดำที่ผลิตได้

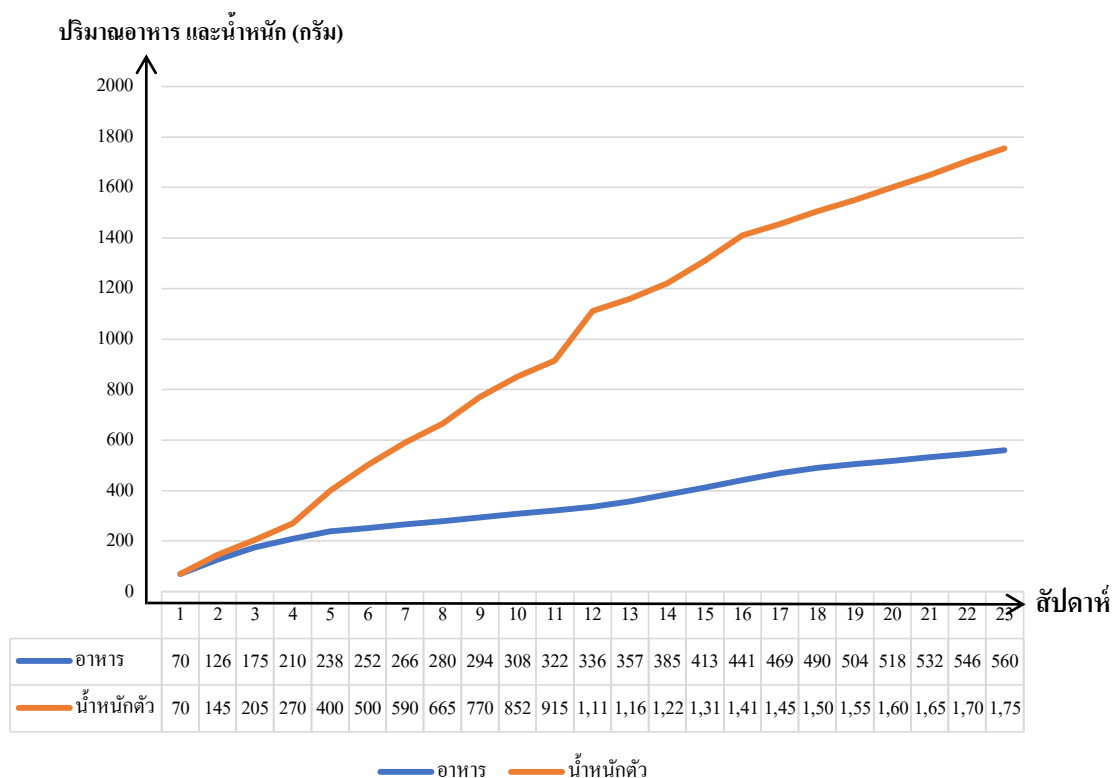
นายธงชัย โอ๊ะเรือนแก้ว คัดเลือกไก่สาวเพื่อผลิตลูกไก่ประดู่หางดำพันธุ์แท้ จำนวน 60 ตัว และซื้อพ่อพันธุ์จากฟาร์มเครือข่าย จำนวน 9 ตัว แม่พันธุ์สามารถให้ไข่ฟองแรกในสัปดาห์ที่ 24 มีการเก็บข้อมูลอัตราการให้ไข่จากสัปดาห์ที่ 24 – 71 (329 วัน) อัตราการกินอาหารเฉลี่ย 115.39 กรัม/ตัว/วัน อัตราการให้ไข่เฉลี่ยร้อยละ 41.34 คิดเป็น 129 ฟอง/แม่ อัตราการคักไข่ออกเฉลี่ยร้อยละ 3.72 อัตราการฟักออกเฉลี่ยร้อยละ 75.67 ต้นทุนลูกไก่เฉลี่ย 12.47 บาท/ตัว และ (ตารางที่ 7)

ตารางที่ 4 การเลี้ยงลูกไก่ประดู่หางดำพันธุ์แท้เพื่อผลิตแม่พันธุ์แท้ของนายธงชัย โอ๊ะเรือนแก้ว

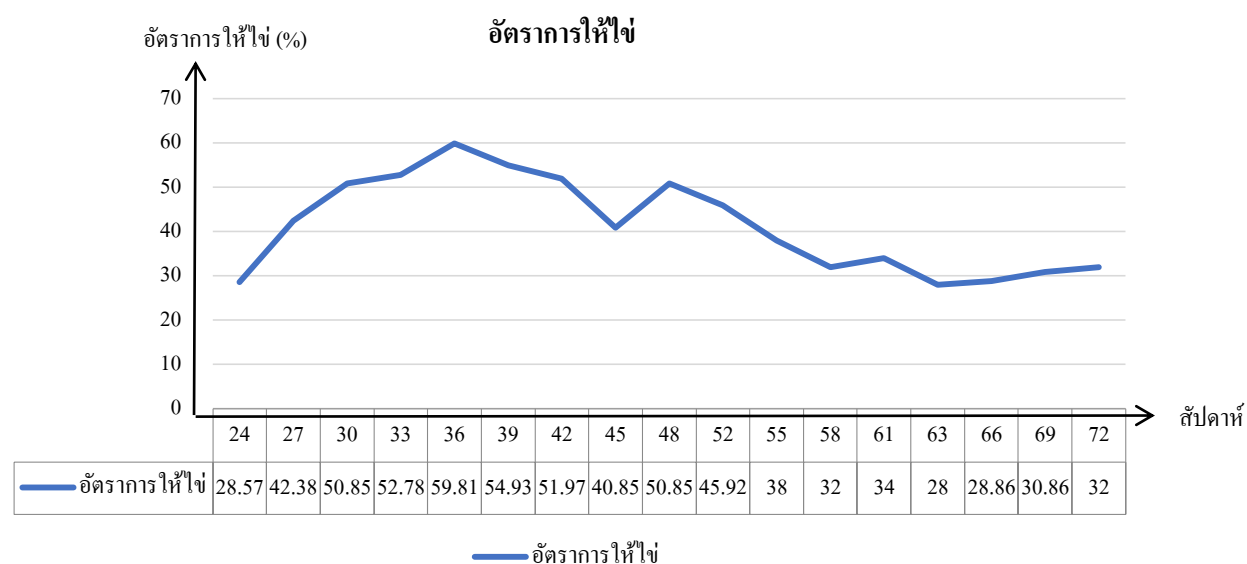
วัน เดือน ปี	อายุ (สัปดาห์)	จำนวนลูกไก่เพื่อผลิตแม่พันธุ์			ปริมาณอาหารเฉลี่ย			อาหารสะสม	น้ำหนัก
		ประดู่หางดำ (ตัว)			(กรัม/ตัว/วัน)			เฉลี่ย	ตัวไก่
		ตาย	คัดออก	คงเหลือ	ลูกไก่	ไก่รุ่น	ไก่สาว	(กรัม/ตัว/สัปดาห์)	(กรัม)
2 ธ.ค. 60	1	4		146	10			70	70
9 ธ.ค. 60	2		1	145	18			196	145
16 ธ.ค. 60	3			145	25			371	205
23 ธ.ค. 60	4			145	30			581	270
30 ธ.ค. 60	5		75	70		34		819	400
6 ม.ค. 61	6		5	65		36		1,071	500
13 ม.ค. 61	7			65		38		1,337	590
20 ม.ค. 61	8			65		40		1,617	665
27 ม.ค. 61	9			65		42		1,911	770
3 ก.พ. 61	10		5	60		44		2,219	852
10 ก.พ. 61	11			60		46		2,541	915
17 ก.พ. 61	12			60		48		2,877	1,110
24 ก.พ. 61	13			60		51		3,234	1,160
3 มี.ค. 61	14			60		55		3,619	1,220
10 มี.ค. 61	15			60		59		4,032	1,310
17 มี.ค. 61	16			60		63		4,473	1,410
24 มี.ค. 61	17			60			67	4,942	1,455
31 มี.ค. 61	18			60			70	5,432	1,505
7 เม.ย. 61	19			60			72	5,936	1,550
14 เม.ย. 61	20			60			74	6,454	1,601
21 เม.ย. 61	21			60			76	6,986	1,650
28 เม.ย. 61	22			60			78	7,532	1,705
5 พ.ค. 61	23			60			80	8,092	1,755
รวม		4	86**	60	20.75	46.33	73.86		1,483.73*
ร้อยละ		2.67	57.33	40.00					

หมายเหตุ *คำนวณสัปดาห์ที่ 13 เป็นต้นไป

**เพศผู้ 85 ตัว เพศเมียไม่เหมาะสมทำแม่พันธุ์ 1 ตัว



ภาพที่ 2 การแสดงปริมาณการกินอาหาร และน้ำหนักของไ้่ประดู่หางดำ (อายุ 1-23 สัปดาห์) (นายธงชัย โื้อะเรือนแก้ว)



ภาพที่ 3 แสดงอัตราการให้อาหารของไ้่ประดู่หางดำพันธุ์แท้ (อายุ 24-71 สัปดาห์) (นายธงชัย โื้อะเรือนแก้ว)

ตารางที่ 5 การเลี้ยงพ่อแม่พันธุ์ประดู่หางดำ เพื่อผลิตลูกไก่พันธุ์แท้ของนายธงชัย โอ๊ะเรือนแก้ว

วัน เดือน ปี	อายุ (สัปดาห์)	จำนวนแม่พันธุ์			ปริมาณ อาหารเฉลี่ย (กรัม/ตัว/วัน)	อาหาร สะสมเฉลี่ย (กรัม/ตัว/วัน)	น้ำหนักไก่ เฉลี่ย (กรัม/ตัว)	จำนวนไข่ (ฟอง/ สัปดาห์)	อัตรา ไข่ไข่ (%)	จำนวนไข่ คัดออก (ฟอง)	อัตรา ไข่คัดออก (%)	จำนวนไข่ เข้าฟัก (ฟอง/สัปดาห์)	จำนวน ลูกไก่ (ตัว/สัปดาห์)	อัตรา การฟักออก (%)
		(ตัว)												
		ตาย	คัดออก	คงเหลือ										
12 พ.ค. 61	24	1		60	83	581	1,820	120	28.57	10	8.33	110	92	83.64
19 พ.ค. 61	25			60	86	1,183	1,830	140	33.33	10	7.14	130	108	83.08
26 พ.ค. 61	26			60	90	1,813	1,850	132	31.43	3	2.27	129	106	82.17
2 มิ.ย. 61	27			60	95	2,478	1,830	178	42.38	4	2.25	174	92	52.87
9 มิ.ย. 61	28			60	100	3,178	1,840	195	46.43	10	5.13	185	35	18.92
16 มิ.ย. 61	29			60	105	3,913	1,840	202	48.10	12	5.94	190	40	21.05
23 มิ.ย. 61	30			59	110	4,683	1,850	210	50.85	8	3.81	202	166	82.18
30 มิ.ย. 61	31			59	115	5,488	1,850	200	48.43	5	2.50	195	171	87.69
7 ก.ค. 61	32			59	120	6,328	1,850	210	50.85	9	4.29	201	174	86.57
14 ก.ค. 61	33			59	120	7,168	1,850	218	52.78	11	5.05	207	178	85.99
21 ก.ค. 61	34			59	120	8,008	1,850	227	54.96	9	3.96	218	187	85.78
28 ก.ค. 61	35			59	120	8,848	1,850	228	55.21	0	0.00	228	191	83.77
4 ส.ค. 61	36			59	120	9,688	1,850	247	59.81	7	2.83	240	199	82.92
11 ส.ค. 61	37			59	120	10,528	1,880	239	57.87	9	3.77	230	195	84.78
18 ส.ค. 61	38			59	120	11,368	1,890	231	55.93	5	2.16	226	196	86.73
25 ส.ค. 61	39	1	1	58	120	12,208	1,884	223	54.93	5	2.24	218	187	85.78
1 ก.ย. 61	40			58	120	13,048	1,900	198	48.77	3	1.52	195	161	82.56
8 ก.ย. 61	41			58	120	13,888	1,905	211	51.97	3	1.42	208	172	82.69
15 ก.ย. 61	42			58	120	14,728	1,900	211	51.97	5	2.37	206	170	82.52
22 ก.ย. 61	43			57	120	15,568	1,918	203	50.88	5	2.46	198	160	80.81
29 ก.ย. 61	44			57	120	16,408	1,920	199	49.87	9	4.52	190	159	83.68
6 ต.ก. 61	45			57	120	17,248	1,925	163	40.85	2	1.23	161	140	86.96
13 ต.ก. 61	46			57	120	18,088	1,925	175	43.86	5	2.86	170	142	83.53
20 ต.ก. 61	47		1	56	120	18,928	1,920	164	41.84	2	1.22	162	134	82.72
27 ต.ก. 61	48			56	120	19,768	1,925	160	40.82	2	1.25	158	134	84.81

3 พ.ย. 61	49			56	120	20,608	1,935	148	37.76	8	5.41	140	113	80.71
10 พ.ย. 61	50			56	120	21,448	1,940	156	39.80	8	5.13	148	124	83.78
17 พ.ย. 61	51			56	120	22,288	1,942	156	39.80	16	10.26	140	117	83.57
24 พ.ย. 61	52			56	120	23,128	1,960	180	45.92	9	5.00	171	141	82.46
1 ธ.ค. 61	53			56	120	23,968	1,970	160	40.82	5	3.13	155	127	81.94
8 ธ.ค. 61	54		6	50	120	24,808	1,980	147	42.00	2	1.36	145	121	83.45
15 ธ.ค. 61	55			50	125	25,683	2,000	133	38.00	3	2.26	130	105	80.77
22 ธ.ค. 61	56			50	125	26,558	2,000	133	38.00	8	6.02	125	103	82.40
29 ธ.ค. 61	57			50	125	27,433	2,005	119	34.00	9	7.56	110	88	80.00
5 ม.ค. 62	58			50	125	28,308	2,018	112	32.00	2	1.79	110	86	78.18
12 ม.ค. 62	59			50	125	29,183	2,010	122	34.86	5	4.10	117	91	77.78
19 ม.ค. 62	60			50	120	30,023	2,011	126	36.00	6	4.76	120	86	71.67
26 ม.ค. 62	61			50	120	30,863	2,010	119	34.00	9	7.56	110	80	72.73
2 ก.พ. 62	62			50	120	31,703	2,044	108	30.86	2	1.85	106	79	74.53
9 ก.พ. 62	63			50	120	32,543	2,050	98	28.00	3	3.06	95	65	68.42
16 ก.พ. 62	64			50	120	33,383	2,045	105	30.00	3	2.86	102	64	62.75
23 ก.พ. 62	65			50	110	34,153	2,057	119	34.00	4	3.36	115	71	61.74
2 มี.ค. 62	66			50	110	34,923	2,072	101	28.86	5	4.95	96	61	63.54
9 มี.ค. 62	67			50	110	35,693	2,088	98	28.00	7	7.14	91	61	67.03
16 มี.ค. 62	68			50	110	36,463	2,091	91	26.00	1	1.10	90	58	64.44
23 มี.ค. 62	69			50	110	37,233	2,095	108	30.86	6	5.56	102	66	64.71
30 มี.ค. 62	70			50	110	38,003	2,109	105	30.00	2	1.90	103	63	61.17
6 เม.ย. 62	71			50	110	38,773	2,110	112	32.00	2	1.79	110	66	60.00
รวม	2	8	50				7,740		278		7,462	5725		
เฉลี่ย				115.39				41.34		3.72	155.46	119.27	75.67	

หมายเหตุ *สัปดาห์ที่ 27-29 มีอัตราการพักต่ำ เนื่องจาก ชั่วว่างไข้ซาร์ต ส่งผลให้ไข้ในตู้พักตกแตกจำนวนหนึ่ง
จำนวนพ่อพันธุ์ 9 ตัว

1.1.3 ต้นทุนการผลิตไก่สาว ไช้ไก่ และลูกไก่

1) ต้นทุนการผลิตไก่สาวประจักษ์ทางคำพันธุ์แท้

เกษตรกรนำลูกไก่เข้าเลี้ยงทั้งสิ้น 150 ตัว คิดเป็นต้นทุนค่าไก่สาวเฉลี่ย 229.98 บาท/ตัว โดยเป็นต้นทุนรวม 19,728.80 บาท แบ่งเป็นต้นทุนคงที่ 3,907.01 บาท และต้นทุนผันแปร 15,821.79 บาท โดยต้นทุนที่สำคัญสูงสุด 3 รายการ ประกอบด้วย ค่าอาหารไก่ (ร้อยละ 38.70) ค่าแรงงาน (ร้อยละ 15.30) และ ค่าลูกไก่ (ร้อยละ 15.21) (ตารางที่ 6)

ตารางที่ 6 ต้นทุนการผลิตไก่สาวประจักษ์ทางคำพันธุ์แท้ของนายธงชัย โอ๊ะเรือนแก้ว

ต้นทุนการผลิตไก่สาวประจักษ์ทางคำ	ค่าใช้จ่าย	ร้อยละ
1. ต้นทุนคงที่	3,907.01	19.80
1.1 ค่าเสื่อมราคาโรงเรือน (ค่าโรงเรือน 30,000 บาท ใช้งาน 5 ปี)	2,646.58	13.41
1.2 ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์	157.69	0.80
1.2.1 ถังน้ำ (จำนวน 3 ถังๆ ละ 60 บาท ใช้งาน 2 ปี)	39.70	0.20
1.2.2 ถาดอาหาร (จำนวน 5 ใบๆ ละ 35 บาท ใช้งาน 2 ปี)	38.60	0.20
1.2.3 ถังอาหาร (จำนวน 4 ถังๆ ละ 90 บาท ใช้งาน 2 ปี)	79.40	0.40
1.3 ค่าเสียโอกาสการใช้ที่ดิน (พื้นที่เลี้ยง 1 ไร่ ค่าเช่าที่ดิน 2,500 บาท/ไร่)	1,102.74	5.59
2. ต้นทุนผันแปร	15,821.79	80.20
2.1 ค่าลูกไก่ (150 ตัวๆ ละ 20 บาท)	3,000.00	15.21
2.2 ค่าอาหารไก่	7,635.04	38.70
2.2.1 อาหารไก่ไข่เล็ก (จำนวน 100.98 กก.ๆ ละ 15 บาท)	1,514.70	7.68
2.2.2 อาหารไก่ไข่รุ่น (จำนวน 198.24 กก.ๆ ละ 13.67 บาท)	2,709.94	13.74
2.2.3 อาหารไก่ไข่ระยะไข่ (จำนวน 243.60 กก.ๆ ละ 14 บาท)	3,410.40	17.29
2.3 ค่าแรงงาน (วันละ 300 บาท ทำงาน 0.5 ชม./วัน รวม 161 วัน)	3,018.75	15.30
2.4 ค่าวัคซีน	450.00	2.28
2.5 ค่าไฟฟ้า และค่าน้ำ	918.00	4.65
2.6 ค่าแกลบ	800.00	4.05
ต้นทุนรวม	19,728.80	100.00
3. รายรับ	5,930.00	
4.1 จำหน่ายไก่ตัวผู้คัดออก (จำนวน 85 ตัวๆ ละ 50 บาท)*	4,250.00	
4.2 จำหน่ายไข่ไก่ (จำนวน 42 ถังๆ ละ 40 บาท)	1,680.00	
4. ต้นทุนรวมไก่สาว	13,798.80	
5. ต้นทุนผลิตไก่สาว (บาท/ตัว)	229.98	
ไก่สาวคงเหลือ (ตัว) (จากทั้งหมด 65 ตัว ตาย 4 ตัว คัดออก 1 ตัว)	60	

หมายเหตุ คำนวณต้นทุนตามระยะเวลาเลี้ยง 161 วัน (23 สัปดาห์)

2) ต้นทุนการผลิตไข่ไก่ประดู่หางดำพันธุ์แท้

เกษตรกรเลี้ยงพ่อแม่พันธุ์ 9 ตัว แม่พันธุ์ 60 เพื่อผลิตไข่ไก่ คิดเป็นต้นทุนค่าไข่ไก่เฉลี่ย 7.28 บาท/ฟอง โดยเป็นต้นทุนรวม 60,213.75 บาท แบ่งเป็นต้นทุนคงที่ 15,252.92 บาท และต้นทุนผันแปร 44,960.84 บาท โดยต้นทุนที่สำคัญสูงสุด 3 รายการ ประกอบด้วย ค่าอาหารไก่ (ร้อยละ 62.20) ค่าพันธุ์ไก่ (ร้อยละ 11.92) และค่าแรงงาน (ร้อยละ 10.46) (ตารางที่ 7)

ตารางที่ 7 ต้นทุนการผลิตไข่ไก่ประดู่หางดำพันธุ์แท้ของนายธงชัย โอ๊ะเรือนแก้ว

ต้นทุนการผลิตไข่ไก่ประดู่หางดำ	บาท	ร้อยละ
1. ต้นทุนคงที่	15,252.92	25.33
1.1 ค่าเสื่อมราคาโรงเรือน	5,523.27	9.1728
1.2 ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์	248.55	0.4128
1.2.1 ถังน้ำ	82.87	0.1376
1.2.2 ถังอาหาร	165.69	0.2752
1.3 ค่าพันธุ์ไก่	7,179.71	11.9237
1.3.1 ค่าแม่พันธุ์ (60 ตัวๆ 229.98 บาท) อายุใช้งาน 2 ปี	6,351.23	10.5478
1.3.2 ค่าพ่อพันธุ์ (9 ตัวๆ 200 บาท) อายุใช้งาน 2 ปี	828.48	1.3759
1.4 ค่าเสียโอกาสการใช้ที่ดิน (พื้นที่เลี้ยง 1 ไร่ ค่าเช่า 2,500 บาท/ไร่/ปี)	2,301.38	3.8220
2. ต้นทุนผันแปร	44,960.84	74.6687
2.1 ค่าอาหารไก่ (จำนวน 2,675.34 กก.@ 14 บาท)	37,454.72	62.2029
2.2 ค่าแรงงาน	6,300.00	10.4627
2.3 ค่าวัคซีน (เฉลี่ยตัวละ 3 บาท)	207.00	0.3438
2.4 ค่าไฟฟ้าและค่าน้ำ (เฉลี่ยตัวละ 9.15 บาท)	631.35	1.0485
2.5 ค่าเกลือ (เฉลี่ยตัวละ 5.33 บาท)	367.77	0.6108
ต้นทุนรวม	60,213.75	100.00
3. รายรับ	3,840.00	
3.1 จำหน่ายมูลไก่ (จำนวน 22 ถุงๆ ละ 40 บาท)	3,840.00	
ต้นทุนผลิตไข่ไก่รวม	56,373.75	
4. ต้นทุนผลิตไข่ไก่ (บาท/ฟอง)	7.28	
ไข่ที่ผลิตได้ทั้งหมด (ฟอง)	7,740	

หมายเหตุ คำนวณต้นทุนตามระยะเวลาเลี้ยง 336 วัน (48 สัปดาห์)

3) ต้นทุนการผลิตลูกไก่ประดู่หางดำพันธุ์แท้

เกษตรกรนำไข่เข้าฟักทั้งสิ้น 7,462 ฟอง(ตารางที่ 7) เพื่อผลิตลูกไก่ คิดเป็นต้นทุนค่าลูกไก่เฉลี่ย 12.53 บาท/ตัว โดยเป็นต้นทุนรวม 71,718.80 บาท แบ่งเป็นต้นทุนคงที่ 4,246.60 บาท และ

ต้นทุนผันแปร 67,472.20 บาท โดยต้นทุนที่สำคัญสูงสุด 3 รายการ ประกอบด้วย ค่าไข่ไก่ (ร้อยละ 78.57) ค่าไฟฟ้าและค่าน้ำ (ร้อยละ 8.19) และค่าแรงงาน (ร้อยละ 7.32) (ตารางที่ 8)

ตารางที่ 8 ต้นทุนการผลิตลูกไก่ประดู่หางดำพันธุ์แท้ของนายธงชัย โอ๊ะเรือนแก้ว

ต้นทุนการผลิตลูกไก่ประดู่หางดำ	บาท	ร้อยละ
1. ต้นทุนคงที่	4,246.60	5.95
1.1 ค่าเสื่อมราคาโรงเรือนฟักไข่ (ค่าโรงเรือน 5,000 บาท อายุใช้งาน 5 ปี)	386.05	0.54
1.2 ค่าเสื่อมราคาตู้ฟักไข่ (ค่าตู้ฟักไข่ 100,000 บาท อายุใช้งาน 10 ปี)	3,860.55	5.41
2. ต้นทุนผันแปร	67,162.60	94.08
2.1 ค่าไข่ไก่ (1,941 ฟอง @ 7.28 บาท)	56,347.20	78.57
2.2 ค่าแรงงาน (วันละ 300 บาท 2 ชั่วโมง/วัน)	5,250.00	7.32
2.3 ค่าไฟฟ้าและค่าน้ำ (เดือนละ 500 บาท)	5,875.00	8.19
3. ต้นทุนรวม	71,718.80	100.00
4. ต้นทุนผลิตลูกไก่ (บาท/ตัว)	12.53	
5. ลูกไก่ฟักออกทั้งหมด (ตัว)	5,725.00	

หมายเหตุ คำนวณต้นทุนตามระยะเวลาฟักไข่ตั้งแต่สัปดาห์ที่ 24 - 71 (336 วัน)

1.2 ข้อมูลการผลิตไก่ประดู่หางดำพันธุ์แท้ของนายอานนท์ พงษ์ปรีชานันท์

1.2.1 ข้อมูลเบื้องต้นในการเลี้ยงไก่สาวพันธุ์แท้เพื่อผลิตแม่พันธุ์

นายอานนท์ พงษ์ปรีชานันท์ นำไก่รุ่นพันธุ์ประดู่หางดำเข้าเลี้ยงเพื่อสร้างแม่พันธุ์จำนวน 60 ตัว (ตารางที่ 9) ใช้อาหารในการเลี้ยงสะสมเฉลี่ย 5.38 กิโลกรัม/ตัว/สัปดาห์ โดยให้อาหารไก่รุ่น (สัปดาห์ที่ 12-16) เฉลี่ย 45.00 กรัม/ตัว/วัน ให้อาหารไก่สาว (สัปดาห์ที่ 17-25) เฉลี่ย 60.33 กรัม/ตัว/วัน ณ สัปดาห์ที่ 25 ได้น้ำหนักแม่พันธุ์ 1.495 กิโลกรัม/ตัว

1.2.2 ข้อมูลในการเลี้ยงพ่อแม่พันธุ์เพื่อผลิตลูกไก่ จากแม่พันธุ์ประดู่หางดำที่ผลิตได้

นายอานนท์ พงษ์ปรีชานันท์ คัดเลือกไก่สาวเพื่อผลิตลูกไก่ประดู่หางดำพันธุ์แท้จำนวน 60 ตัว และซื้อพ่อพันธุ์จากฟาร์มเครือข่าย จำนวน 7 ตัว แม่พันธุ์สามารถให้ไข่ฟองแรกในสัปดาห์ที่ 26 มีการเก็บข้อมูลอัตราการให้ไข่จากสัปดาห์ที่ 24 – 67 (308 วัน) อัตราการกินอาหารเฉลี่ย 111.27 กรัม/ตัว/วัน อัตราการให้ไข่เฉลี่ยร้อยละ 36.61 คิดเป็น 94.47 ฟอง/แม่ อัตราการคัดไข่ออกเฉลี่ยร้อยละ 4.99 อัตราการฟักออกเฉลี่ยร้อยละ 75.67 (ตารางที่ 10)

ตารางที่ 9 การเลี้ยงไก่สาวประจําทางคำพันธุ์แท้เพื่อผลิตแม่พันธุ์ของนายอานนท์ พงษ์ปรีชานนท์

วัน เดือน ปี	อายุ (สัปดาห์)	จำนวนไก่สาวเพื่อผลิตแม่พันธุ์			ปริมาณอาหารเฉลี่ย		อาหารสะสมเฉลี่ย (กรัม/ตัว)	น้ำหนักตัวไก่ (กรัม)
		ประจําทางคำ (ตัว)			(กรัม/ตัว/วัน)			
		ตาย	คัดออก	คงเหลือ	ไก่อุ่น	ไก่สาว		
17 มี.ค. 61	12			60	40		280	1,100
24 มี.ค. 61	13			60	42		574	1,130
31 มี.ค. 61	14			60	45		889	1,155
7 เม.ย. 61	15			60	48		1,225	1,185
14 เม.ย. 61	16			60	50		1,575	1,205
21 เม.ย. 61	17			60		52	1,939	1,235
28 เม.ย. 61	18			60		54	2,317	1,260
5 พ.ค. 61	19			60		56	2,709	1,280
12 พ.ค. 61	20			60		59	3,122	1,305
19 พ.ค. 61	21			60		60	3,542	1,345
26 พ.ค. 61	22			60		62	3,976	1,380
2 มิ.ย. 61	23			60		64	4,424	1,415
9 มิ.ย. 61	24			60		66	4,886	1,455
16 มิ.ย. 61	25			60		70	5,376	1,495
เฉลี่ย		0	0	60	45.00	60.33		1,352.22*

หมายเหตุ *คำนวณเฉพาะสัปดาห์ที่ 17-25

ตารางที่ 10 การเลี้ยงพ่อแม่พันธุ์ประดู่หางดำเพื่อผลิตลูกไก่พันธุ์แท้ของนายอานนท์ พงษ์ปรีชานันท์

วัน เดือน ปี	อายุ(สัปดาห์)	จำนวนแม่พันธุ์			ปริมาณ อาหารเฉลี่ย (กรัม/ตัว/วัน)	อาหาร สะสมเฉลี่ย (กรัม/ตัว/วัน)	น้ำหนักไก่ เฉลี่ย (กรัม/ตัว)	จำนวนไข่ (ฟอง/ สัปดาห์)	อัตรา ไข่ไข่ (%)	จำนวนไข่ คัดออก (ฟอง)	อัตรา ไข่คัดออก (%)	จำนวนไข่ เข้าฟัก (ฟอง/สัปดาห์)	จำนวน ลูกไก่ (ตัว/สัปดาห์)	อัตรา การฟักออก (%)
		(ตัว)												
		ตาย	คัดออก	คงเหลือ										
9 มิ.ย. 61	24	1		60	66	462	1,455							
16 มิ.ย. 61	25			60	70	952	1,495							
23 มิ.ย. 61	26			60	72	1,456	1,530	28	6.67	28	100.00			
30 มิ.ย. 61	27			60	75	1,981	1,570	36	8.57	36	100.00			
7 ก.ค. 61	28			60	82	2,555	1,615	53	12.62	53	100.00			
14 ก.ค. 61	29			60	86	3,157	1,680	88	20.95	8	9.09	80	61	76.25
21 ก.ค. 61	30			60	90	3,787	1,745	101	24.05	9	8.91	92	76	82.61
28 ก.ค. 61	31			60	95	4,452	1,745	112	26.67	3	2.68	109	89	81.65
4 ส.ค. 61	32			59	100	5,152	1,760	125	30.27	2	1.60	123	97	78.86
11 ส.ค. 61	33			59	105	5,887	1,765	128	30.99	5	3.91	123	98	79.67
18 ส.ค. 61	34			59	110	6,657	1,795	138	33.41	6	4.35	132	106	80.30
25 ส.ค. 61	35			59	115	7,462	1,800	145	35.11	5	3.45	140	110	78.57
1 ก.ย. 61	36			59	120	8,302	1,810	161	38.98	5	3.11	156	121	77.56
8 ก.ย. 61	37			59	120	9,142	1,820	153	37.05	1	0.65	152	115	75.66
15 ก.ย. 61	38			59	120	9,982	1,820	168	40.68	3	1.79	165	127	76.97
22 ก.ย. 61	39			58	120	10,822	1,830	170	41.87	4	2.35	166	126	75.90
29 ก.ย. 61	40	58	120	11,662	1,840	182	44.83	4	2.20	178	133	74.72		
6 ต.ค. 61	41	58	120	12,502	1,850	206	50.74	3	1.46	203	152	74.88		
13 ต.ค. 61	42	58	120	13,342	1,855	215	52.96	4	1.86	211	160	75.83		
20 ต.ค. 61	43	58	120	14,182	1,890	230	56.65	7	3.04	223	165	73.99		
27 ต.ค. 61	44	58	120	15,022	1,900	205	50.49	9	4.39	196	147	75.00		
3 พ.ย. 61	45	58	120	15,862	1,910	205	50.49	2	0.98	203	154	75.86		
10 พ.ย. 61	46	58	120	16,702	1,915	210	51.72	3	1.43	207	149	71.98		
17 พ.ย. 61	47	2	1	55	120	17,542	1,915	201	52.21	13	6.47	188	135	71.81
24 พ.ย. 61	48			55	120	18,382	1,920	179	46.49	2	1.12	177	122	68.93

1 ธ.ค. 61	49		8	47	120	19,222	1,925	151	45.90	3	1.99	148	102	68.92
8 ธ.ค. 61	50			47	120	20,062	1,930	158	48.02	4	2.53	154	107	69.48
15 ธ.ค. 61	51			47	120	20,902	1,930	143	43.47	5	3.50	138	93	67.39
22 ธ.ค. 61	52			47	120	21,742	1,930	146	44.38	2	1.37	144	97	67.36
29 ธ.ค. 61	53			47	125	22,617	1,940	136	41.34	5	3.68	131	90	68.70
5 ม.ค. 62	54			47	125	23,492	1,940	131	39.82	3	2.29	128	89	69.53
12 ม.ค. 62	55	1		46	125	24,367	1,950	129	40.06	7	5.43	122	87	71.31
19 ม.ค. 62	56			46	125	25,242	1,950	128	39.75	3	2.34	125	86	68.80
26 ม.ค. 62	57			46	125	26,117	1,960	119	36.96	7	5.88	112	72	64.29
2 ก.พ. 62	58		1	45	125	26,992	1,960	109	34.60	2	1.83	107	70	65.42
9 ก.พ. 62	59			45	125	27,867	1,970	114	36.19	4	3.51	110	74	67.27
16 ก.พ. 62	60			45	125	28,742	1,975	95	30.16	1	1.05	94	60	63.83
23 ก.พ. 62	61			45	115	29,547	1,975	104	33.02	4	3.85	100	64	64.00
2 มี.ค. 62	62			45	115	30,352	1,980	101	32.06	4	3.96	97	58	59.79
9 มี.ค. 62	63			45	115	31,157	1,980	96	30.48	2	2.08	94	61	64.89
16 มี.ค. 62	64			45	115	31,962	1,985	94	29.84	3	3.19	91	59	64.84
23 มี.ค. 62	65			45	110	32,732	1,990	95	30.16	2	2.11	93	61	65.59
30 มี.ค. 62	66			45	110	33,502	1,990	91	28.89	3	3.30	88	58	65.91
6 เม.ย. 62	67			45	110	34,272	2,000	89	28.25	4	4.49	85	57	67.06
รวม	4	11	45				5,668		283		5,385	3,888		
เฉลี่ย				111.27				36.61		10.08	138.08	99.69	71.57	

หมายเหตุ สัปดาห์ที่ 26-28 คัดไข่ออกเนื่องจากไข่มิขนาดฟองเล็ก

จำนวนพ่อพันธุ์ 7 ตัว



ภาพที่ 4 อัตราการให้ไข่แม่พันธุ์ประดู่หางดำของนายอานนท์ พงษ์ปรีชานันท์ ในช่วงอายุ 26–30 สัปดาห์

2. การเลี้ยงพ่อแม่พันธุ์ผลิตลูกไก่ลูกผสม

เกษตรกรที่มีศักยภาพในการเลี้ยงพ่อแม่พันธุ์ประดู่หางดำแม่พันธุ์โรดไทย (พันธุ์ของกรมปศุสัตว์) เพื่อผลิตลูกไก่ลูกผสมผสม รวมถึงการเลี้ยงลูกไก่โรดไทยเพื่อผลิตแม่พันธุ์โรดไทย มีจำนวน 1 ราย คือ นายจรัส อุ๋นใจ โดย

2.1 ข้อมูลเบื้องต้นในการเลี้ยงลูกไก่พันธุ์โรดไทยเพื่อผลิตแม่พันธุ์โรดไทย

นายจรัส อุ๋นใจ นำลูกไก่พันธุ์โรดไทยเข้าเลี้ยงเพื่อสร้างแม่พันธุ์โรดไทย จำนวน 520 ตัว คัดออกเบื้องต้น 255 ตัว (ร้อยละ 49.04) คงเหลือ 265 ตัว ตาย 8 ตัว (ร้อยละ 3.02) คัดออกเพิ่ม 12 ตัว (ร้อยละ 4.53) ได้แม่ไก่ที่เหมาะสม 245 ตัว (ร้อยละ 92.45 ของไก่คงเหลือเข้าเลี้ยง) ใช้อาหารในการเลี้ยงสะสมเฉลี่ย 7.09 กิโลกรัม/ตัว/สัปดาห์ โดยใช้อาหารเลี้ยงลูกไก่ (สัปดาห์ที่ 1-4) เฉลี่ย 20.75 กรัม/ตัว/วัน ใช้อาหารเลี้ยงไก่รุ่น (สัปดาห์ที่ 5-16) เฉลี่ย 52.33 กรัม/ตัว/วัน ใช้อาหารเลี้ยงไก่สาว (สัปดาห์ที่ 17-20) เฉลี่ย 75.50 กรัม/ตัว/วัน ณ สัปดาห์ที่ 20 ได้น้ำหนักแม่พันธุ์โรดไทยเฉลี่ย 1.610 กิโลกรัม/ตัว (ตารางที่ 11) มีต้นทุนในการผลิตไก่สาวโรดไทย 179.02 บาท/ตัว (ตารางที่ 13)

2.1.1 ข้อมูลในการเลี้ยงพ่อแม่พันธุ์เพื่อผลิตลูกไก่ จากแม่พันธุ์โรดไทยที่ผลิตได้

นายจรัส อุ๋นใจ คัดเลือกไก่สาวเพื่อผลิตลูกไก่ลูกผสม จำนวน 245 ตัว และซื้อพ่อพันธุ์จากฟาร์มเครือข่าย จำนวน 30 ตัว แม่พันธุ์สามารถให้ไข่ฟองแรกในสัปดาห์ที่ 21 มีการเก็บข้อมูลอัตรา

การให้ไข่จากสัปดาห์ที่ 21 – 80 รวม (420 วัน) อัตราการกินอาหารเฉลี่ย 114.55 กรัม/ตัว/วัน อัตราการให้ไข่เฉลี่ยร้อยละ 66.51 คิดเป็น 279.62 ฟอง/แม่ อัตราการคัดไข่ออกร้อยละ 4.16 อัตราการฟักออกเฉลี่ยร้อยละ 78.59 (ตารางที่ 12)

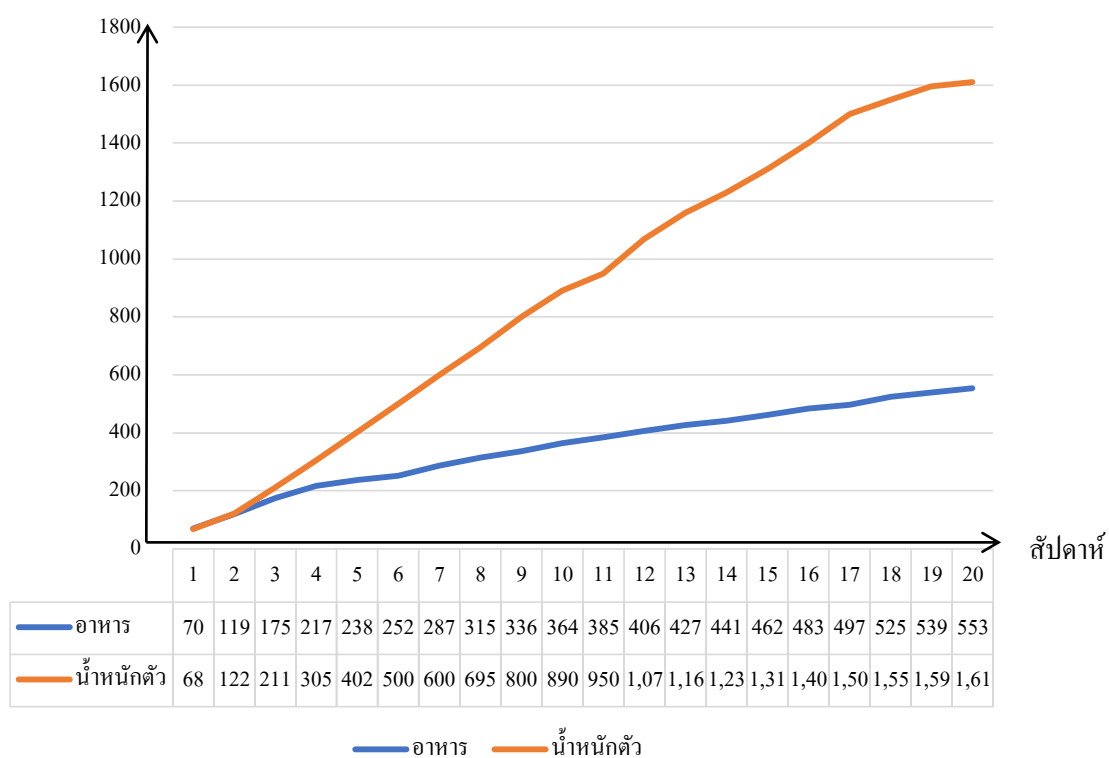
ตารางที่ 11 การเลี้ยงลูกไก่พันธุ์โรดไอส์แลนด์เรดเพื่อผลิตแม่พันธุ์ของนายจรัส อุ๋นใจ

วัน เดือน ปี	อายุ (สัปดาห์)	จำนวนลูกไก่โรดไทย (ตัว)			ปริมาณอาหารเฉลี่ย (กรัม/ตัว/วัน)			อาหารสะสม	น้ำหนัก
		ตาย	คัตออก	คงเหลือ	ลูกไก่	ไก่รุ่น	ไก่สาว	เฉลี่ย (กรัม/ตัว)	ตัวไก่ (กรัม)
11 ส.ค. 60	1	5	2	258	10			70	68
18 ส.ค. 60	2	1	1	256	17			189	122
25 ส.ค. 60	3			256	25			364	211
1 ก.ย. 60	4		2	254	31			581	305
8 ก.ย. 60	5			254		34		819	402
15 ก.ย. 60	6			254		36		1,071	500
22 ก.ย. 60	7	1		253		41		1,358	600
29 ก.ย. 60	8			253		45		1,673	695
6 ต.ค. 60	9			253		48		2,009	800
13 ต.ค. 60	10		3	250		52		2,373	890
20 ต.ค. 60	11			250		55		2,758	950
27 ต.ค. 60	12			250		58		3,164	1,070
3 พ.ย. 60	13			250		61		3,591	1,160
10 พ.ย. 60	14			250		63		4,032	1,230
17 พ.ย. 60	15	1	1	248		66		4,494	1,310

ตารางที่ 11 (ต่อ)

วัน เดือน ปี	อายุ (สัปดาห์)	จำนวนลูกไก่โรดไทย (ตัว)			ปริมาณอาหารเฉลี่ย (กรัม/ตัว/วัน)			อาหารสะสม	น้ำหนัก
		ตาย	คัตออก	คงเหลือ	ลูกไก่	ไก่รุ่น	ไก่สาว	เฉลี่ย (กรัม/ตัว)	ตัวไก่ (กรัม)
24 พ.ย. 60	16			248		69		4,977	1,400
1 ธ.ค. 60	17			248			71	5,474	1,500
8 ธ.ค. 60	18			248			75	5,999	1,550
15 ธ.ค. 60	19		3	245			77	6,538	1,595
22 ธ.ค. 60	20			245			79	7,091	1,610
รวม		8	12	245	20.75	52.33	75.50		
ร้อยละ		3.02	4.53	92.45					

ปริมาณอาหาร และน้ำหนัก (กรัม)



ภาพที่ 5 การแสดงปริมาณการกินอาหาร และน้ำหนักของไก่อายุ 1-20 สัปดาห์ (นายจรัส อุ่นใจ)

ตารางที่ 12 การเลี้ยงพ่อพันธุ์ประคูหางดำแม่พันธุ์โรดไออร์แลนด์เรด เพื่อผลิตลูกไก่ลูกผสมผสมของนายจรัส อุ่นใจ

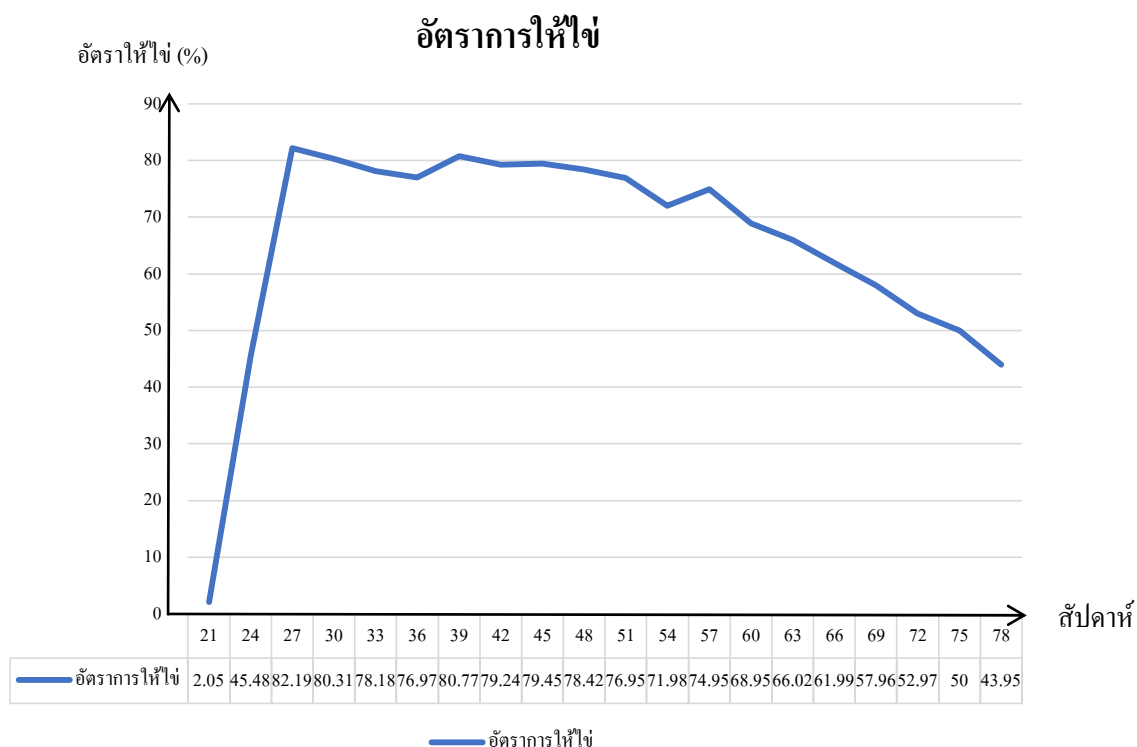
วัน เดือน ปี	อายุ (สัปดาห์)	จำนวนแม่พันธุ์			ปริมาณ	อาหาร	น้ำหนักไก่	จำนวนไข่	อัตรา	จำนวนไข่	อัตรา	จำนวนไข่	จำนวน	อัตรา
		(ตัว)			อาหารเฉลี่ย	สะสมเฉลี่ย	เฉลี่ย	(ฟอง/	ให้ไข่	คัดออก	ไข่คัดออก	เข้าฟัก	ลูกไก่	การฟักออก
		ตาย	คัดออก	คงเหลือ	(กรัม/ตัว/วัน)	(กรัม/ตัว/วัน)	(กรัม/ตัว)	สัปดาห์)	(%)	(ฟอง)	(%)	(ฟอง/สัปดาห์)	(ตัว/สัปดาห์)	(%)
29 ธ.ค. 60	21		1	244	82	462	1,645	35	2.05	35	100.00			
5 ม.ค. 61	22			244	85	1,057	1,690	245	14.34	245	100.00			
12 ม.ค. 61	23	1	2	241	88	1,673	1,720	609	36.10	609	100.00			
19 ม.ค. 61	24		1	240	92	2,317	1,740	764	45.48	24	3.14	740	625	84.46
26 ม.ค. 61	25			240	96	2,989	1,770	1121	66.73	66	5.89	1055	879	83.32
1 ก.พ. 61	26	1		239	100	3,689	1,780	1345	80.39	26	1.93	1319	1135	86.05
9 ก.พ. 61	27			239	105	4,424	1,805	1375	82.19	50	3.64	1325	1131	85.36
16 ก.พ. 61	28			239	110	5,194	1,820	1350	80.69	38	2.81	1312	1101	83.92
23 ก.พ. 61	29		1	238	115	5,999	1,825	1349	80.97	30	2.22	1319	1043	79.08
2 มี.ค. 61	30			238	120	6,839	1,845	1338	80.31	37	2.77	1301	982	75.48
9 มี.ค. 61	31		1	237	120	7,679	1,850	1324	79.81	39	2.95	1285	935	72.76
16 มี.ค. 61	32			237	120	8,519	1,850	1326	79.93	29	2.19	1297	899	69.31

23 มี.ค. 61	33			237	120	9,359	1,850	1297	78.18	42	3.24	1255	813	64.78
30 มี.ค. 61	34			237	120	10,199	1,850	1368	82.46	38	2.78	1330	869	65.34
6 เม.ย. 61	35			237	120	11,039	1,870	1333	80.35	32	2.40	1301	854	65.64
13 เม.ย. 61	36			237	120	11,879	1,870	1277	76.97	46	3.60	1231	848	68.89
20 เม.ย. 61	37			237	120	12,719	1,880	1314	79.20	51	3.88	1263	889	70.39
27 เม.ย. 61	38			237	120	13,559	1,900	1333	80.35	64	4.80	1269	924	72.81
4 พ.ค. 61	39			237	120	14,399	1,900	1340	80.77	165	12.31	1175	887	75.49
11 พ.ค. 61	40		1	236	120	15,239	1,900	1303	78.87	30	2.30	1273	959	75.33
18 พ.ค. 61	41			236	120	16,079	1,900	1289	78.03	43	3.34	1246	954	76.57
25 พ.ค. 61	42			236	120	16,919	1,900	1309	79.24	38	2.90	1271	988	77.73
1 มิ.ย. 61	43			236	120	17,759	1,900	1300	78.69	20	1.54	1280	1014	79.22
8 มิ.ย. 61	44			236	120	18,599	1,900	1250	75.67	37	2.96	1213	953	78.57
15 มิ.ย. 61	45		1	235	120	19,439	1,900	1307	79.45	39	2.98	1268	979	77.21
22 มิ.ย. 61	46			235	120	279	1,900	1283	77.99	19	1.48	1264	1009	79.83
29 มิ.ย. 61	47			235	120	21,119	1,900	1280	77.81	56	4.38	1224	984	80.39
6 ก.ค. 61	48			235	120	21,959	1,900	1290	78.42	42	3.26	1248	1023	81.97
13 ก.ค. 61	49			235	120	22,799	1,900	1294	78.66	42	3.25	1252	1039	82.99
20 ก.ค. 61	50			235	115	23,604	1,900	1260	76.60	31	2.46	1229	1007	81.94
27 ก.ค. 61	51		2	233	115	24,409	1,915	1255	76.95	13	1.04	1242	1043	83.98
3 ส.ค. 61	52			233	115	25,214	1,915	1174	71.98	23	1.96	1151	943	81.93

10 ส.ค. 61	53			233	115	26,019	1,915	1190	72.96	22	1.85	1168	969	82.96
17 ส.ค. 61	54	1		232	115	26,824	1,915	1169	71.98	8	0.68	1161	963	82.95
24 ส.ค. 61	55	1		231	115	27,629	1,925	1196	73.96	23	1.92	1173	938	79.97
31 ส.ค. 61	56			231	115	28,434	1,930	1180	72.97	28	2.37	1152	933	80.99
7 ก.ย. 61	57			231	115	29,239	1,930	1212	74.95	14	1.16	1198	982	81.97
14 ก.ย. 61	58			231	115	30,044	1,930	1196	73.96	14	1.17	1182	945	79.95
21 ก.ย. 61	59			231	115	30,849	1,930	1131	69.94	27	2.39	1104	872	78.99
28 ก.ย. 61	60			231	115	31,654	1,930	1115	68.95	16	1.43	1099	890	80.98
5 ต.ค. 61	61	1		230	115	32,459	1,940	1110	68.94	20	1.80	1090	893	81.93
12 ต.ค. 61	62			230	115	33,264	1,940	1030	63.98	26	2.52	1004	803	79.98
19 ต.ค. 61	63			230	115	34,069	1,940	1063	66.02	36	3.39	1027	831	80.92
26 ต.ค. 61	64			230	120	34,909	1,940	1078	66.96	42	3.90	1036	859	82.92
2 พ.ย. 61	65			230	120	35,749	1,940	1014	62.98	22	2.17	992	803	80.95
9 พ.ย. 61	66			230	120	36,589	1,940	998	61.99	30	3.01	968	793	81.92
16 พ.ย. 61	67		3	227	120	37,429	1,950	969	60.98	24	2.48	945	746	78.94
23 พ.ย. 61	68			227	120	38,269	1,950	921	57.96	18	1.95	903	722	79.96
30 พ.ย. 61	69			227	120	39,109	1,950	921	57.96	21	2.28	900	728	80.89
7 ธ.ค. 61	70			227	120	39,949	1,950	858	54.00	11	1.28	847	703	83.00
14 ธ.ค. 61	71		1	226	120	40,789	1,950	822	51.96	21	2.55	801	640	79.90
21 ธ.ค. 61	72			226	120	41,629	1,950	838	52.97	26	3.10	812	641	78.94

28 ธ.ค. 61	73			226	120	42,469	1,950	854	53.98	16	1.87	838	670	79.95
4 ม.ค. 62	74			226	120	43,309	1,950	896	56.64	34	3.79	862	680	78.89
11 ม.ค. 62	75			226	120	44,149	1,950	791	50.00	6	0.76	785	612	77.96
18 ม.ค. 62	76		2	224	110	44,919	1,950	768	48.98	27	3.52	741	577	77.87
25 ม.ค. 62	77	1		223	110	45,689	1,950	764	48.94	8	1.05	756	597	78.97
1 ก.พ. 62	78			223	110	46,459	1,950	686	43.95	27	3.94	659	514	78.00
8 ก.พ. 62	79			223	110	47,229	1,950	673	43.11	25	3.71	648	479	73.92
15 ก.พ. 62	80			223	110	47,999	1,950	671	42.99	21	3.13	650	482	74.15
รวม		6	16	223				65,151		2,712		62,439	48,974	
เฉลี่ย					114.55				66.51		7.66	1095.42*	859.19*	78.59*

หมายเหตุ สัปดาห์ที่ 21-23 ไม่มีขนาดฟองเล็ก
จำนวนฟองพันธุ์ประจำคู่หางดำ 30 ตัว
*คำนวณเฉพาะสัปดาห์ที่ 24-80



ภาพที่ 6 แสดงอัตราการให้ไข่ของไก่ประดู่หางดำลูกผสม (อายุ 21-50 สัปดาห์) (นายจรัส อุ่นใจ)

2.1.2 ต้นทุนการผลิตไก่สาวโรดไทย ไข่ไก่ลูกผสม และลูกไก่ลูกผสม

1. ต้นทุนการผลิตไก่สาวโรดไทย

จากการรวบรวมข้อมูลการผลิตไก่สาวโรดไทย โดยเกษตรกรนำลูกไก่เข้าเลี้ยงทั้งสิ้น 520 ตัว คิดเป็นต้นทุนค่าไก่สาวเฉลี่ย 179.02 บาท/ตัว โดยเป็นต้นทุนรวม 54,294.68 บาท แบ่งเป็นต้นทุนคงที่ 6,874.66 บาท และต้นทุนผันแปร 47,420.03 บาท โดยต้นทุนที่สำคัญสูงสุด 3 รายการ ประกอบด้วย ค่าอาหารไก่ ค่าแรงงาน และค่าลูกไก่ (ตารางที่ 13)

ตารางที่ 13 ต้นทุนการผลิตไก่สาวโรดไทยของนายจรัส อุ่นใจ

ต้นทุนการผลิตแม่พันธุ์โรดไทย	บาท	ร้อยละ
1. ต้นทุนคงที่	6,874.66	12.66
1.1 ค่าเสื่อมราคาโรงเรือน (ค่าโรงเรือน 200,000 บาท ใช้งาน 15 ปี)	5,479.45	10.09
1.2 ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์	367.81	0.68
1.2.1 ถังน้ำ (จำนวน 6 ถังๆ ละ 60 บาท ใช้งาน 2 ปี)	73.97	0.14
1.2.2 ถาดอาหาร (จำนวน 10 ใบๆ ละ 35 บาท ใช้งาน 2 ปี)	71.92	0.13
1.2.3 ถังอาหาร (จำนวน 12 ถังๆ ละ 90 บาท ใช้งาน 2 ปี)	221.92	0.41
1.2 ค่าเสียโอกาสการใช้ที่ดิน (พื้นที่เลี้ยง 1 ไร่ ค่าเช่า 2,500 บาท/ไร่/ปี)	1,027.40	1.89

ตารางที่ 13 (ต่อ)

ต้นทุนการผลิตแม่พันธุ์โรดไทย	บาท	ร้อยละ
2. ต้นทุนผันแปร	47,420.03	87.34
2.1 ค่าลูกไก่โรดไทย (520 ตัวๆ ละ 15 บาท)	7,800.00	14.37
2.2 ค่าอาหารไก่	24,703.23	45.50
2.2.1 อาหารไก่ไข่เล็ก (จำนวน 208.89 กก.ๆ ละ 15 บาท)	3,133.35	5.77
2.2.2 อาหารไก่ไข่รุ่น (จำนวน 921.65 กก.ๆ ละ 13.67 บาท)	12,598.96	23.20
2.2.3 อาหารไก่ไข่ระยะไข่ (จำนวน 640.78 กก.ๆ ละ 14 บาท)	8,970.92	16.52
2.3 ค่าแรงงาน (วันละ 300 บาท ทำงาน 2 ชม./วัน 140 วัน)	10,500.00	19.34
2.4 ค่าวัคซีน	795.00	1.46
2.5 ค่าไฟฟ้า และค่าน้ำ	1,621.80	2.99
2.6 ค่าแกลบ	2,000.00	3.68
รวมต้นทุน	54,294.68	100.00
3. รายรับ	12,225.00	
3.1 การจำหน่ายมูลไก่ (จำนวน 200 ถุงๆ ละ 30 บาท)	6,225.00	
3.2 การจำหน่ายไก่เพศผู้คัดออก (จำนวน 249 ตัว @ 25 บาท)	6,000.00	
5. ต้นทุนไก่สาวโรดไทย	42,069.68	
6. ต้นทุนผลิตไก่สาว (บาท/ตัว)	179.02	
ไก่แม่พันธุ์คงเหลือ (ตัว)*	235	

หมายเหตุ *ตาย 36 ตัว

เลี้ยงลูกไก่เพื่อทำพันธุ์ 20 สัปดาห์ (รวม 140 วัน)

1) ต้นทุนการผลิตไข่ไก่ลูกผสมประจักษ์-โรดไทย

เกษตรกรเลี้ยงพ่อพันธุ์ 30 ตัว แม่พันธุ์โรดไทย 235 เพื่อผลิตไข่ไก่ คิดเป็นต้นทุนค่าไข่ไก่เฉลี่ย 6.29 บาท/ฟอง โดยเป็นต้นทุนรวม 425,528.18 บาท แบ่งเป็นต้นทุนคงที่ 118,194.94 บาท และต้นทุนผันแปร 307,333.24 บาท โดยต้นทุนที่สำคัญสูงสุด 3 รายการ ประกอบด้วย ค่าอาหารไก่ (ร้อยละ 41.53) ค่าแรงงาน (ร้อยละ 29.61) และค่าพันธุ์ไก่ (ร้อยละ 23.30) (ตารางที่ 14)

ตารางที่ 14 ต้นทุนการผลิตไข่ไก่ลูกผสม (ประจักษ์-โรด) นายจรัส อุ่นใจ

ต้นทุนการผลิตไข่ไก่ลูกผสม	บาท	ร้อยละ
1. ต้นทุนคงที่	118,194.94	27.78
1.1 ค่าเสื่อมราคาโรงเรือน (ค่าโรงเรือน 200,000 บาท ใช้งาน 15 ปี)	15,342.46	3.61
1.2 ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์	828.50	0.19
1.2.1 ถังน้ำ (จำนวน 6 ถังๆ ละ 60 บาท ใช้งาน 2 ปี)	207.12	0.05
1.2.3 ถังอาหาร (จำนวน 12 ถังๆ ละ 90 บาท ใช้งาน 2 ปี)	621.36	0.15
1.3 ค่าพันธุ์ไก่	99,139.36	23.30
1.3.1 ค่าพ่อพันธุ์ประจักษ์หางดำ (30 ตัวๆ ละ 250 บาท) ใช้งาน 1 ปี	7,500.00	1.76
1.3.2 ค่าแม่พันธุ์โรดไทย (233 ตัวๆ ละ 179.02 บาท) ใช้งาน 1 ปี	42,069.68	9.89
1.4 ค่าเสียโอกาสการใช้ที่ดิน (พื้นที่เลี้ยง 1 ไร่ ค่าเช่า 2,500 บาท/ไร่/ปี)	2,884.62	0.68
2. ต้นทุนผันแปร	307,333.24	72.22
2.1 ค่าอาหารไก่ไข่ระยะไข่ (จำนวน 12,624 กก.ๆ ละ 14 บาท)	176,736.00	41.53
2.2 ค่าแรงงาน (วันละ 300 บาท ทำงาน 8 ชม./วัน ใช้เวลาเลี้ยง 420 วัน)	126,000.00	29.61
2.3 ค่าวัคซีน	789.00	0.19
2.4 ค่าไฟฟ้า และค่าน้ำ	2,406.45	0.57
2.5 ค่าแกลบ	1,401.79	0.33
ต้นทุนรวม	425,528.18	100.00
3. รายรับจากการจำหน่ายมูลไก่ (จำนวน 400 ถุงๆ ละ 40 บาท)	16,000.00	
4. ต้นทุนไข่ไก่	409,528.18	
5. ต้นทุนผลิตไข่ไก่ (บาท/ฟอง)	6.29	
จำนวนไข่ไก่ที่เข้าฟัก (ฟอง)	65,151	

หมายเหตุ ระยะเวลาคำนวณต้นทุนตั้งแต่สัปดาห์ที่ 21-80 จำนวน 60 สัปดาห์ (รวม 420 วัน)

2) ต้นทุนการผลิตลูกไก่ประจักษ์หางดำลูกผสม

เกษตรกรนำไข่เข้าฟักทั้งสิ้น 62,439 ฟอง เพื่อผลิตลูกไก่ คิดเป็นต้นทุนค่าลูกไก่เฉลี่ย 9.49 บาท/ตัว โดยเป็นต้นทุนรวม 464,751.122 บาท แบ่งเป็นต้นทุนคงที่ 16,526.33 บาท และต้นทุนผันแปร 448,224.79 บาท โดยต้นทุนที่สำคัญ คือ ค่าไข่ไก่ (ร้อยละ 88.18) (ตารางที่ 15)

ตารางที่ 15 ต้นทุนการผลิตลูกไก่ลูกผสมผสม (ประดู่-โรด) โดยใช้เทคโนโลยีผู้ฟักของนายจรส อุ่นใจ

ต้นทุนการผลิตลูกไก่ลูกผสม (ประดู่-โรด)	บาท	ร้อยละ
1. ต้นทุนคงที่	16,526.33	3.56
1.1 ค่าเสื่อมราคาโรงเรือนฟักไข่ (ค่าโรงเรือน 5,000 บาท อายุใช้งาน 5 ปี)	1,153.00	0.25
1.2 ค่าเสื่อมราคาตู้ฟักไข่ (ค่าตู้ฟักไข่ 200,000 บาท อายุใช้งาน 15 ปี)	15,373.33	3.31
2. ต้นทุนผันแปร	448,224.79	96.44
2.1 ค่าไข่ไก่ (65,151 ฟอง @ 6.29 บาท)	409,799.79	88.18
2.2 ค่าแรงงาน (วันละ 300 บาท 2 ชั่วโมง/วัน) รวม 420 วัน	31,500.00	6.78
2.3 ค่าไฟฟ้าและค่าน้ำ	6,925.00	1.49
3. ต้นทุนรวม	464,751.12	100.00
4. ต้นทุนผลิตลูกไก่ (บาท/ตัว)	9.49	
5. ลูกไก่ฟักออกทั้งหมด (ตัว)	48,974.00	

การวิเคราะห์ประสิทธิภาพการผลิตของฟาร์มเกษตรกรผลิตลูกไก่ แยกออกเป็นการผลิตลูกไก่พันธุ์แท้ และลูกผสม

จากการรวบรวมข้อมูล 3 เดือนหลัง (พฤษภาคม – กรกฎาคม 2561) หลังจากการวางระบบการเลี้ยงพ่อแม่พันธุ์ การจัดการอาหารพ่อแม่พันธุ์ การจัดการเทคโนโลยีผู้ฟัก แก่เกษตรกรทั้ง 3 ราย โครงการได้รวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ต้นทุนการผลิตลูกไก่ ผลการศึกษา พบว่า

1. ประสิทธิภาพการผลิตของฟาร์มไก่ประดู่หางดำพันธุ์แท้ ของนายธงชัย (ตารางที่ 16) เกษตรกรมีการเลี้ยงแม่พันธุ์ จำนวน 60 ตัว พ่อพันธุ์ จำนวน 9 ตัว สัดส่วนแม่พันธุ์/พ่อพันธุ์ 1:7

1.1 อัตราการให้ไข่ไก่ประดู่หางดำพันธุ์แท้ ฟาร์มนายธงชัย เพิ่มจาก 392 ฟองใน 3 สัปดาห์ (พฤษภาคม 61) เป็น 655 ฟอง/สัปดาห์ ใน 3 สัปดาห์ (มิถุนายน 61) โดยมีอัตราการให้ไข่สูงสุด 985 ฟอง/เดือน หรือเฉลี่ย 28.14 ฟองต่อวัน ต่อแม่พันธุ์ จำนวน 59 ตัว คิดเป็นร้อยละ 47.70 ของจำนวนแม่พันธุ์ เมื่อเทียบกับเคียง (Benchmark) กับข้อมูลการเลี้ยงกรมปศุสัตว์ ที่ศึกษาภาพอัตราการให้ไข่ 140 ฟอง/แม่/ปี อัตราการให้ไข่ของฟาร์มเกษตรกรจึงมีอัตราที่สูงกว่า

1.2 ปริมาณอาหารที่กินรวม (กิโลกรัม) เกษตรกรมีอัตราการให้อาหารพ่อแม่พันธุ์ อาหารที่ใช้เลี้ยงมีระดับโปรตีนร้อยละ 16 เฉลี่ย 103.78 กรัม/ตัว/วัน ซึ่งเมื่อเทียบกับเคียง (Benchmark) กับข้อมูลการเลี้ยงกรมปศุสัตว์ เฉลี่ย 90-100 กรัม สำหรับแม่พันธุ์ และ 100-110 กรัม/ตัว/วัน สำหรับพ่อพันธุ์เป็นอัตราที่ไก่พ่อแม่พันธุ์ต้องการในการสร้างความสมบูรณ์แก่ระบบสืบพันธุ์

1.3 อัตราการเกิดของลูกไก่ มีความผันผวนในช่วงร้อยละ 18.92 - 87.69 เฉลี่ยร้อยละ 63.95 (ตารางที่ 5) การสูญเสียของลูกไก่/อัตราการเกิดต่ำ ในช่วงร้อยละ 18-21 ซึ่งเป็นความผิดปกติอันเกิดจากชั้นวางไข่ชำรุด ส่งผลให้ไข่ในตู้ฟักแตกแตกจำนวนหนึ่ง ส่วนอัตราการเกิดในสัปดาห์อื่นเป็นอัตราเกิดที่สูง เกิดจากตู้ฟักไข่มีประสิทธิภาพสูง

2. ประสิทธิภาพการผลิตของฟาร์มไก่ประดู่หางดำพันธุ์แท้ของนายอานนท์ (ตารางที่ 17) เกษตรกรมีการเลี้ยงแม่พันธุ์ จำนวน 60 ตัว พ่อพันธุ์ จำนวน 7 ตัว สัดส่วนแม่พันธุ์/พ่อพันธุ์ 1:9

2.1 อัตราการให้ไข่ไก่ประดู่หางดำพันธุ์แท้ ฟาร์มนายอานนท์ เพิ่มจาก 64 ฟอง ใน 2 สัปดาห์ (มิถุนายน 61) เป็น 242 ฟอง ใน 3 สัปดาห์ (กรกฎาคม 61) โดยมีอัตราการให้ไข่สูงสุด 242 ฟอง/เดือน หรือเฉลี่ย 11.52 ฟองต่อวัน ต่อแม่ไก่ จำนวน 60 ตัว เมื่อเทียบเคียง (Benchmark) กับข้อมูลการเลี้ยงกรมปศุสัตว์ ที่ศึกษาอัตราการให้ไข่ 140 ฟอง/แม่/ปี อัตราการให้ไข่ของฟาร์มเกษตรกรจึงมีอัตราที่ต่ำกว่า เนื่องจากยังอยู่ในระยะเริ่มให้ไข่ (จากการนำเข้าสาวอายุน้อย เข้าฟาร์มเกษตรกร) ปัจจุบันจึงยังอยู่ในระยะเก็บรวบรวมข้อมูล

2.2 ปริมาณอาหารที่กินรวม (กิโลกรัม) เกษตรกรมีอัตราการให้อาหารพ่อแม่พันธุ์ ที่อาหารที่ใช้เลี้ยงมีระดับโปรตีนร้อยละ 16 อัตราการให้อาหารเฉลี่ย 79.75 กรัม/ตัว/วัน ซึ่งเมื่อเทียบเคียง (Benchmark) กับข้อมูลการเลี้ยงกรมปศุสัตว์ เฉลี่ย 90-100 กรัม สำหรับแม่พันธุ์ และ 100-110 กรัม/วัน/ตัว สำหรับพ่อพันธุ์ เป็นอัตราที่ไก่พ่อแม่พันธุ์ การให้อาหารเฉลี่ย/วันจึงต่ำกว่าความต้องการในการสร้างความสมบูรณ์แก่ระบบสืบพันธุ์

2.3 อัตราการเกิดของลูกไก่ (ตารางที่ 10) สัปดาห์ที่ 26-28 มีการสูญเสียของไข่ซึ่งเป็นความผิดปกติอันเกิดจากเป็นไข่มีขนาดเล็ก และปริมาณน้อยเกินไป จึงไม่ได้นำเข้าฟัก

ประสิทธิภาพเชิงเปรียบเทียบการให้ไข่จากฟาร์มนายอานนท์ต่ำกว่านายธงชัย เมื่อพิจารณาอัตราการให้อาหารเฉลี่ย/ตัว/วัน จะเห็นว่าทั้ง 2 ฟาร์มมีการให้อาหารใกล้เคียงกัน แต่เมื่อพิจารณาสัดส่วนพ่อแม่ จะเห็นว่า ฟาร์มนายธงชัยมีสัดส่วนพ่อพันธุ์คุมฝูงแม่พันธุ์เพียง 7 ตัว ในขณะที่ฟาร์มนายอานนท์พ่อคุมฝูงแม่พันธุ์ 9 ตัว ซึ่งอาจจะเป็นสาเหตุที่ทำให้อัตราการให้ไข่ของฟาร์มนายอานนท์ต่ำกว่า ฉะนั้น ฟาร์มนายอานนท์ควรปรับสัดส่วนพ่อแม่ เพื่อให้พ่อพันธุ์ผสมกับแม่พันธุ์ได้ทั่วถึงมากขึ้น

ตารางที่ 16 ประสิทธิภาพการผลิต ของฟาร์มไก่ประดู่หางดำพันธุ์แท้ ระยะเวลา 2-3 เดือน (พฤษภาคม – กรกฎาคม) ปี 2561

รายการ	ประสิทธิภาพการผลิต (พันธุ์แท้)						
	ฟาร์มไก่ประดู่พันธุ์แท้ (คุณธงชัย)				ฟาร์มไก่ประดู่พันธุ์แท้ (คุณอานนท์)		
	พค. (3สป.) มีย. (5 สป.) กค. (3 สป.)			รวม/เฉลี่ย	มีย. (2 สป.) กค. (3 สป.)		รวม/เฉลี่ย
วันที่เก็บข้อมูล	12-16/05/61	2-30/06/61	7-21/07/61		23-30/06/61	7-21/07/61	
จำนวนแม่พันธุ์ (ตัว)	60	59	59	59	60	60	60
จำนวนพ่อ (ตัว)	9	9	9	9	7	7	7
สัดส่วนพ่อแม่	7	7	7	7	9	9	9
จำนวนไข่ (ฟอง)	392	985	655	2,032	64	242	306
อัตราการให้ไข่ (%)	31.11	47.70	52.87	43.89	7.62	19.21	13.41
จำนวนพ่อแม่พันธุ์ตาย (ตัว)	0	1	0	1	0	0	0
อัตราการสูญเสียพ่อแม่พันธุ์ (%)	0	1.47	0	1.47	0	0	0
ปริมาณอาหารที่กินรวม (กก.)	125.10	253.58	173.88	552.55	68.94	121.00	189.95
เฉลี่ยการกินต่อตัว (กรัม/วัน)	86.33	105.00	120.00	103.78	73.50	86.00	79.75
จำนวนไข่สูญเสีย (ฟอง)	23	39	29	91	64	70	134
อัตราไข่สูญเสีย (%)	5.91	3.93	4.43	4.76	100.00	39.33	69.67

3. ประสิทธิภาพการผลิตของฟาร์มไก่ประดู่หางดำเพื่อผลิตลูกไก่ (ลูกผสม) ของนายจรัส อุ่นใจ (ตารางที่ 17) เกษตรกรมีการเลี้ยงแม่พันธุ์โรดไทย จำนวน 240 ตัว พ่อพันธุ์ประดู่หางดำพันธุ์แท้ จำนวน 30 ตัว สัดส่วนแม่พันธุ์/พ่อพันธุ์ 1:8

3.1 อัตราการให้ไข่ โดยผลิตไข่ไก่รวม (ตั้งแต่ มกราคม -กรกฎาคม 2561) จำนวน 35,328 ฟอง มีอัตราการให้ไข่สูงสุด 6,653 ฟอง หรือเฉลี่ย 190 ฟองต่อวัน/237 ตัวของจำนวนไก่แม่พันธุ์ คิดเป็นร้อยละ 80.20 ของจำนวนแม่พันธุ์ เมื่อเทียบเคียง (Benchmark) กับข้อมูลการเลี้ยงกรมปศุสัตว์ ที่ศักยภาพ/อัตราการให้ไข่ 270 ฟอง/แม่/ปี อัตราการให้ไข่ของฟาร์มเกษตรกรจึงมีอัตราที่สูงกว่า

3.2 ปริมาณอาหารที่กินรวม (กิโลกรัม) เกษตรกรมีอัตราการให้อาหารพ่อแม่พันธุ์ ที่อาหารที่ใช้เลี้ยงมีระดับโปรตีนร้อยละ 16 เฉลี่ย 113.73 กรัม/ตัว/วัน ซึ่งเมื่อเทียบเคียง (Benchmark) กับข้อมูลการเลี้ยงกรมปศุสัตว์ เฉลี่ย 100-110 กรัม/ตัว/วัน สำหรับแม่พันธุ์ และ 110-120 กรัม/ตัว/วัน สำหรับพ่อพันธุ์เป็นอัตราที่ไก่พ่อแม่พันธุ์ต้องการในการสร้างความสมบูรณ์แก่ระบบสืบพันธุ์

3.3 อัตราการเกิดของลูกไก่ มีความผันผวนในช่วงร้อยละ 41.95-83.01 เฉลี่ยร้อยละ 69.87 (ตารางที่ 12) การสูญเสียของลูกไก่ อันเกิดจาก

3.3.1. ในเดือนมกราคม เป็นช่วงแรกของการออกไข่ จึงทำให้ไข่มีขนาดฟองเล็ก จึงไม่นำเข้าตู้ฟัก ส่งผลให้ในเดือนนี้มีอัตราการฟักออกต่ำ

3.3.2 จากสภาพอากาศมีความร้อนสูงในช่วงปลายเดือนมีนาคมถึงเดือนเมษายน

ตารางที่ 17 ประสิทธิภาพการผลิต ของฟาร์มไก่ประดู่หางดำพันธุ์ลูกผสม ระยะเวลา 7 เดือน (มกราคม – กรกฎาคม) ปี 2561

รายการ	ประสิทธิภาพการผลิตไก่ลูกผสม							รวม/เฉลี่ย
	มค. (4 สป.)	กพ. (5 สป.)	มีค. (5 สป.)	เมย. (4 สป.)	พค. (4 สป.)	มิย. (5 สป.)	กค. (3 สป.)	
วันที่เก็บข้อมูล	5-26/01/61	1-23/02/61	2-30/03/61	6-27/04/61	4-25/05/61	1-29/06/61	6-20/07/61	
จำนวนแม่พันธุ์ (ตัว)	240	238	237	237	236	235	235	237
จำนวนพ่อ (ตัว)	30	30	30	30	30	30	30	30
สัดส่วนพ่อแม่	8	8	8	8	8	8	8	8
จำนวนไข่ (ฟอง)	2,494	5,419	6,653	5,257	5,241	6,420	3,844	35,328
อัตราการให้ไข่ (%)	37.11	65.05	80.20	79.22	79.31	78.05	77.89	70.98
อัตราการฟักออก (%)	41.95	83.01	69.53	69.42	76.27	79.03	-	69.87
จำนวนพ่อแม่พันธุ์ตาย (ตัว)	4	2	1	0	1	1	0	9
อัตราการสูญเสียพ่อแม่พันธุ์ (%)	1.48	0.75	0.37	0.00	0.38	0.38	0.00	3.37
ปริมาณอาหารที่กินรวม (กก.)	685.29	808.89	1,122.24	897.12	894.60	1,114.68	658.53	6,181.34
เฉลี่ยการกินต่อวัน/ตัว (กรัม)	90.25	107.50	120.00	120.00	120.00	120.00	118.33	113.73
จำนวนไข่สูญเสีย (ฟอง)	944	106	185	193	276	171	115	1,990
อัตราไข่สูญเสีย (%)	52.26	2.65	2.78	3.66	5.19	2.66	2.98	10.31

หมายเหตุ ในเดือน มค. มีอัตราการสูญเสียไข่มาก เนื่องจากไข่มีขนาดฟองเล็ก จึงไม่นำเข้าตู้ฟัก

กิจกรรมที่ 3 ปฏิทินการจัดการตู้ฟัก

3.1 อุปกรณ์มาตรฐานตู้ฟักไข่อัตโนมัติ

องค์ประกอบหลักของตู้ฟักไข่

1. อุปกรณ์ทำความร้อน (Heater) ซึ่งอาจเป็นขดลวดหรือเป็นแท่ง
2. อุปกรณ์ควบคุมอุณหภูมิอิเล็กทรอนิกส์ (Temperature Digital Control)
3. พัดลมหมุนเวียนอากาศ
4. นาฬิกาตั้งเวลา เปิด-ปิด (Timer)
5. อุปกรณ์ชุดระบบกลับไข่
6. ชั้นวางถาดไข่ และถาดไข่
7. ถาดใส่น้ำ
8. เทอร์โมมิเตอร์ (Thermometer)

3.2 การใช้ตู้ฟักไข่อัตโนมัติ (ค่ามาตรฐาน อุณหภูมิ ความชื้น การฟักไข่ จำนวนครั้งที่กลับไข่ต่อวัน)

มาตรฐานอุณหภูมิ ความชื้น ระยะเวลาในการฟักไข่

	อุณหภูมิ	ความชื้นสัมพัทธ์	หมายเหตุ
ตู้ฟัก 1-18 วัน	100 องศาฟาเรนไฮต์/37.8 องศาเซลเซียส	60 – 65 %	กลับไข่ทุก 2 ชั่วโมง
ตู้เกิด 19-21 วัน	98 องศาฟาเรนไฮต์/36.7 องศาเซลเซียส	70 – 75 %	ไม่ต้องกลับไข่

ขั้นตอนในการฟักไข่

1. สถานที่ตั้งตู้ฟักไข่ควรมีอากาศถ่ายเทได้สะดวก ไม่โดนแสงแดด
2. เก็บไข่จากเล้าไก่อย่างน้อยวันละ 3 ครั้ง เรียงในถาดให้ด้านป้านอยู่ด้านบน คัดไข่แตก บุบ ร้าว ไข่แฝดออก ไข่เปื้อนให้ใช้มีดโกนขูดออกถ้าเปื้อนไม่มาก แล้วรวบรวมไว้ไม่เกิน 7 วัน จึงนำเข้าฟัก สถานที่เก็บไข่ควรมีอากาศเย็นและมีความชื้นสูง
3. เปิดเครื่องตู้ฟักไข่ทิ้งไว้ประมาณ 3 ชั่วโมง ก่อนนำไข่เข้าฟัก ตรวจสอบเช็คการทำงานทุกระบบ เติมน้ำในถาด
4. จัดทำตารางกำหนดการนำไข่เข้าฟัก การรอมควัน การส่องไข่ (7 วัน และ 18 วัน) การย้ายไข่ ไปตู้เกิด การนำลูกไก่ออกจากตู้เกิด การทำความสะอาดตู้
5. การรอมควันฆ่าเชื้อที่เปลือกไข่และตัว ใช้ด่างทับทิมในอัตราส่วน 20 กรัมต่อฟอร์มาลิน 40 ซีซี ต่อปริมาตรตู้ 2.83 ลูกบาศก์เมตร โดยนำด่างทับทิมใส่ด้วยกระบี่เบี่ยงแล้วจึงเทฟอร์มาลินลงไป ปิดตู้ทิ้งไว้ ประมาณ 30 นาที จึงแฉมตู้เพื่อระบายกลิ่น ประมาณ 10 นาที แล้วปิดตู้ การรอมควันควรรอมควันเมื่อนำไข่เข้า ฟักและเมื่อย้ายไข่ไปตู้เกิด

3.3 ปฏิทินปฏิบัติงานการฟักไข่ไก่

- | | |
|-------------|--|
| วันจันทร์ - | นำไข่เข้าฟัก และบันทึกข้อมูล |
| วันจันทร์ - | ส่องไข่ครั้งที่ 1 (เมื่อฟักไปได้ 7 วัน) |
| | - บันทึกข้อมูลต่าง ๆ |
| วันศุกร์ - | ส่องไข่ครั้งที่ 2 (เมื่อฟักไปแล้ว 18 วัน) |
| | - ย้ายไข่มีเชื้อเข้าตู้เกิด |
| - | บันทึกข้อมูลต่าง ๆ |
| วันจันทร์ - | ย้ายลูกไก่ที่ขนแห้ง และแข็งแรงออกจากตู้ฟัก |
| - | ทำความสะอาด และรอมควัน |
| - | เริ่มฟักชุดใหม่ในตอนบ่าย |
| - | บันทึกข้อมูลต่าง ๆ |
| วันอังคาร - | ทำความสะอาดอุปกรณ์ และบริเวณโรงฟัก |
| - | สรุปข้อมูลการฟักไข่ |

3.4 ปัญหาที่พบจากการฟักไข่

3.4.1 ปัญหาใหญ่ของการใช้ตู้ฟักไข่ของกลุ่มเกษตรกรในพื้นที่อำเภอ คือ ไฟฟ้าดับบ่อย และเป็นเวลานาน ซึ่งจะส่งผลต่อเปอร์เซ็นต์ฟักออกอย่างมาก แนวทางการแก้ไขของเกษตรกรคือจัดหาเครื่องสำรองไฟไว้

3.4.2 อำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน มีภูมิประเทศเป็นป่าเขา ในฤดูร้อนอุณหภูมิจะสูงมากเฉลี่ย 39 – 40 องศาเซลเซียส ซึ่งสูงกว่าอุณหภูมิภายในตู้ฟักทำให้เปอร์เซ็นต์ฟักออกลดลงมากกว่า 10 เปอร์เซ็นต์ เนื่องจากห้องฟักไข่ไม่ได้ติดตั้งเครื่องปรับอากาศ จึงแก้ปัญหาโดยแฉกตู้ฟัก ใช้น้ำราดพื้น แล้วเปิดพัดลมเข้าตู้ฟัก ซึ่งจะลดอุณหภูมิได้ 1 – 2 องศาเซลเซียส

3.4.3 การควบคุมอุณหภูมิ ความชื้น ในห้องเก็บไข่เนื่องจากเกษตรกรไม่มีงบประมาณเพียงพอที่จะติดตั้งเครื่องปรับอากาศ เนื่องจากปกติการเก็บรักษาไข่ฟักไม่คงคุณภาพ ควรเก็บไว้ที่อุณหภูมิ 25 องศาเซลเซียส ความชื้นสัมพัทธ์ 75%



ภาพที่ 7 การเก็บไข่ไก่ และการนำไข่เข้าสู่ตู้ฟักของเกษตรกร

กิจกรรมที่ 4 การผลิตไก่ขุน

การเลี้ยงไก่ประดู่หางดำขุนของเกษตรกรแบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

1. กลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ขุนประดู่หางดำพันธุ์แท้ จำนวน 8 ราย โดยซื้อลูกไก่จากฟาร์มนายธงชัย โอ๊ะเรือนแก้ว และนายอานนท์ พงษ์ปรีชานันท์ ในราคาตัวละ 20 บาท

2. กลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ขุนประดู่หางดำลูกผสม จำนวน 4 ราย โดยซื้อลูกไก่จากฟาร์มนายจรัส อุ่นใจ ในราคาตัวละ 16 บาท

โดยทั้ง 2 กลุ่มมีรายละเอียดการผลิต ดังนี้

1. กลุ่มเลี้ยงไก่ประดู่หางดำพันธุ์แท้

เกษตรกรเลี้ยงไก่ประดู่หางดำพันธุ์แท้ มีการนำลูกไก่เข้าเลี้ยงเฉลี่ย จำนวน 189 ตัว/รุ่น/ราย ใช้อาหารรวมเฉลี่ย 653.85 กก./รุ่น ใช้ระยะเวลาเลี้ยงเฉลี่ย 80 วัน สามารถผลิตไก่ขุนเฉลี่ย จำนวน 179 ตัว/รุ่น

(ADG เฉลี่ย 14.01 กรัม/วัน FCR เฉลี่ย 2.74 อัตราการตาย 5.29%) (ตารางที่ 19) และมีต้นทุนเศรษฐศาสตร์ในการผลิตไก่ขุนประดู่หางดำพันธุ์แท้เฉลี่ย 80.97 บาท/ตัว (ตารางที่ 20)

ตารางที่ 18 เกษตรกรเลี้ยงไก่ประดู่หางดำพันธุ์แท้

ที่	ชื่อ - สกุล	จำนวนลูกไก่เข้าเลี้ยง (ตัว/รุ่น)				จำนวนไก่คงเหลือ (ตัว/รุ่น)				อัตราการตาย (%)				อาหารที่ใช้ (กก./รุ่น)			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	นางพวงสร้อย สมานทิพย์	420	400	420	390	395	381	396	382	5.95	4.75	5.71	2.05	1,220	1,201	1,250	1,160
2	นายธงชัย โอ๊ะเรือนแก้ว	200	92	100	105	194	89	96	101	3.00	3.26	4.00	3.81	601	278	284	296
3	นายเสริม เปี้ยอ้าย	200	108	100	100	189	102	93	96	5.50	5.56	7.00	4.00	631	337	332	329
4	นางอังคณา เขียวอ่อน	200	106	105	105	188	100	102	99	6.00	5.66	2.86	5.71	606	312	311	323
5	นางอำพัน แก้วดา	200	92	90	95	186	88	86	91	7.00	4.35	4.44	4.21	624	268	261	274
6	นางจันทร์แดง แก้ววงศมุล	200	75	80	83	189	72	78	80	5.50	4.00	2.50	3.61	584	222	246	249
7	นายพล วาริสีไธ	200	166	150	140	185	157	141	136	7.50	5.42	6.00	2.86	509	438	419	403
8	นายอนันต์ พงษ์ปรีชานันท์	200	171	150	155	188	165	140	144	6.00	3.51	6.67	7.10	533	471	443	457
	รวม/เฉลี่ย	1,820	1,210	1,195	1,173	1,714	1,154	1,132	1,129	5.81	4.56	4.90	4.17	5,308	3,527	3,546	3,491
	เฉลี่ย 4 รุ่น	168.69				160.28				4.86				496.00			

ตารางที่ 18 (ต่อ)

ที่	ชื่อ - สกุล	อายุจำหน่าย (วัน)				น้ำหนักขาย (กก./รุ่น)				น้ำหนักขายเฉลี่ย (กก./ตัว)				ADG (กรัม/วัน)				FCR			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	นางพวงสร้อย สมานทิพย์	81	82	84	83	472	456	480	443	1.19	1.20	1.21	1.16	14.36	14.21	14.05	13.59	2.66	2.71	2.67	2.69
2	นายธงชัย โอ๊ะเรือนแก้ว	81	80	83	81	232	107	115	121	1.20	1.20	1.20	1.20	14.37	14.63	14.05	14.40	2.66	2.67	2.54	2.51
3	นายเสริม เบี้ยวอาย	82	82	80	81	225	121	108	112	1.19	1.19	1.16	1.17	14.13	14.08	14.12	14.01	2.88	2.86	3.16	3.02
4	นางอังคณา เขียวอ่อน	83	81	80	79	219	118	120	123	1.16	1.18	1.18	1.24	13.65	14.17	14.31	15.32	2.85	2.72	2.66	2.70
5	นางอำพัน แก้วดา	83	80	80	80	218	104	101	107	1.17	1.18	1.17	1.18	13.74	14.37	14.28	14.30	2.94	2.65	2.66	2.63
6	นางจันทร์แดง แก้ววงศ์มูล	81	80	79	80	219	83	89	90	1.16	1.15	1.14	1.13	13.91	14.01	14.04	13.66	2.74	2.75	2.84	2.85
7	นายพล วาริสีโส	79	77	78	79	205	172	156	148	1.11	1.10	1.11	1.09	13.62	13.81	13.77	13.37	2.56	2.62	2.77	2.81
8	นายอนันต์ พงษ์ปรีชานันท์	77	77	78	82	204	175	152	158	1.09	1.06	1.09	1.10	13.68	13.36	13.51	12.99	2.69	2.78	3.00	2.98
	รวม/เฉลี่ย	80.88	79.88	80.25	80.63	1,994	1,336	1,324	1,306	1.16	1.16	1.16	1.16	13.93	14.08	14.02	13.95	2.75	2.72	2.79	2.77
	เฉลี่ย 4 รุ่น	80.4				186.03				1.16				13.99				2.76			

ต้นทุนการผลิตลูกไก่ขุนประดู่หางดำพันธุ์แท้

จากการรวบรวมข้อมูลการผลิตไก่ประดู่หางดำพันธุ์แท้ โดยเกษตรกรนำลูกไก่ อายุ 1 วัน เข้าเลี้ยง เพื่อผลิตไก่ขุนเฉลี่ย 189 ตัว/รุ่น/ราย ในระบบเลี้ยงปล่อยธรรมชาติ เป็นเวลา 80 วัน เลี้ยงด้วยอาหารสำเร็จรูป จากข้อมูลในตารางที่ 19 พบว่า

ต้นทุนรวม 16,853.08 บาท/รุ่น แบ่งเป็นต้นทุนคงที่ 698.53 บาท/รุ่น และต้นทุนผันแปร 16,154.55 บาท/รุ่น เกษตรกรจึงมีต้นทุนเศรษฐศาสตร์เฉลี่ย 80.97 บาท/กิโลกรัม ซึ่งเกษตรกรแต่ละรายมีรายได้จากการจำหน่ายไก่ขุนเฉลี่ย 536.57 บาท/เดือน (ในการเลี้ยง 2 รุ่น ระยะเวลาเลี้ยง 2.68 เดือน) โดยต้นทุนที่สำคัญ สูงสุด 3 รายการ ประกอบด้วย ค่าอาหารไก่ ค่าลูกไก่ และค่าแรงงาน

ตารางที่ 19 สรุปต้นทุน-ผลตอบแทนการผลิตไก่ประดู่หางดำขุนพันธุ์แท้ของเกษตรกรในโครงการ

รายการ	มูลค่า	ร้อยละ
1. ต้นทุนคงที่	698.53	4.92
1.1 ค่าเสื่อมราคาโรงเรือน และอุปกรณ์ (บาท/รุ่น)	547.95	3.86
1.2 ค่าเสื่อมอุปกรณ์	85.48	0.60
1.2.1 ถังน้ำ (จำนวน 4 ถังๆ ละ 60 บาท ใช้งาน 2 ปี)	26.3	0.19
1.2.2 ถังอาหาร (จำนวน 6 ถังๆ ละ 90 บาท ใช้งาน 2 ปี)	59.18	0.42
1.3 ค่าเสียโอกาสการใช้ที่ดิน	65.1	0.46
2. ต้นทุนผันแปร	13,512.70	95.08
2.1 ค่าลูกไก่ประดู่หางดำพันธุ์แท้ (20 บาท/ตัว จำนวนเฉลี่ย 168.69 ตัว/รุ่น/ราย)	3,373.80	23.74
2.2 ค่าอาหารไก่ ระยะเวลาเลี้ยง 80.4 วัน	7,001.35	49.27
2.2.1 อาหารไก่เนื้อระยะแรก 57.35 กก./ๆ ละ 15.00 บาท	860.25	6.05
2.2.2 อาหารไก่เนื้อระยะสอง 438.65 กก./ๆ ละ 14.00 บาท	6,141.10	43.21
2.3 ค่าแรงงาน (ใช้แรงงาน 0.5 ชม./วัน ค่าจ้าง 300 บาท/วัน)	1,698.05	11.95
2.4 ค่าสาธารณูปโภค (ค่าไฟฟ้า ค่าน้ำ ค่าเชื้อเพลิง)	472.5	3.32
2.5 วัคซีน และเวชภัณฑ์	567	3.99
2.6 ค่าใช้จ่ายอื่นๆ (แกลบ)	400	2.81
3. ต้นทุนรวม	14,211.23	100.00
4. ต้นทุนเงินสด	12,513.18	
5. รายได้รวม	16,412.55	
5.1 ไก่ขุน 168.69 ตัว น้ำหนัก 186.03 กก. ราคาจำหน่าย 85 บาท/กก.	15,812.55	
5.2 มูลไก่	600.00	
6. ต้นทุนไก่ขุน (บาท/กก.)	76.39	
7. ต้นทุนเงินสด (บาท/กก.)	67.26	

ตารางที่ 19 (ต่อ)

รายการ	มูลค่า	ร้อยละ
8. กำไรสุทธิ (บาท/รุ่น)	2,201.32	
9. กำไร (บาท/ราย/เดือน)	733.77	
ระยะเวลาเลี้ยงเฉลี่ย/รุ่น/ราย (เดือน)	2.68	

ที่มา การสำรวจและรวบรวมข้อมูลจากเกษตรกรในโครงการ

2. กลุ่มเลี้ยงไก่ประดู่หางดำลูกผสม

เกษตรกรเลี้ยงไก่ประดู่หางดำลูกผสม มีการนำลูกไก่เข้าเลี้ยงเฉลี่ย จำนวน 1,669 ตัว/รุ่น/ราย ใช้อาหารรวมเฉลี่ย 5,774.74 กก./รุ่น ใช้ระยะเวลาเลี้ยงเฉลี่ย 74 วัน สามารถผลิตไก่ขุนเฉลี่ย จำนวน 1,591 ตัว/รุ่น (ADG เฉลี่ย 14.71 กรัม/วัน FCR เฉลี่ย 2.61 อัตราการตาย 4.67%) ตารางที่ 20

ตารางที่ 20 เกษตรกรเลี้ยงไก่ประดู่หางดำลูกผสม

ที่	ชื่อ - สกุล	จำนวนลูกไก่เข้าเลี้ยง (ตัว/รุ่น)				จำนวนไก่คงเหลือ (ตัว/รุ่น)				อัตราการตาย (%)				อาหารที่ใช้ (กก./รุ่น)							
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
1	นางเกษร หล้าวงศ์	1,504	1,747	1,720	1,700	1,382	1,638	1,619	1,620	8.11	6.24	5.87	4.71	4,225	4,702	4,803	4,809				
2	นายจรัส อุ่นใจ	3,126	2,901	2,800	2,790	3,005	2,838	2,689	2,685	3.87	2.17	3.96	3.76	8,156	7,827	7,502	7,498				
3	นายถนอม สิงห์พรหม	1,135	924	940	935	1,081	881	883	887	4.76	4.65	6.06	5.13	3,002	2,483	2,540	2,493				
4	นางคำไส พิชิตวงศ์	1,131	887	880	870	1,074	832	842	840	5.04	6.20	4.32	3.45	3,121	2,302	2,415	2,395				
รวมเฉลี่ย		6,896	6,459	6,340	6,295	6,542	6,189	6,033	6,032	5.44	4.82	5.05	4.26	18,504	17,314	17,260	17,195				
เฉลี่ย 4 รุ่น		1,624.38				1,549.75				4.89				4,392.06							
1	นางเกษร หล้าวงศ์	76	74	75	75	1,617	1,835	1,802	1,824	1.17	1.12	1.11	1.13	14.93	14.66	14.37	14.54	2.69	2.65	2.75	2.72
2	นายจรัส อุ่นใจ	72	72	73	74	3,395	3,236	3,118	3,118	1.13	1.14	1.16	1.16	15.20	15.34	15.40	15.21	2.48	2.50	2.48	2.48
3	นายถนอม สิงห์พรหม	74	74	73	74	1,190	978	982	988	1.10	1.11	1.11	1.11	14.40	14.52	14.75	14.57	2.61	2.62	2.67	2.61
4	นางคำไส พิชิตวงศ์	75	75	76	76	1,203	912	953	948	1.12	1.10	1.13	1.13	14.46	14.14	14.43	14.38	2.68	2.61	2.62	2.61
รวมเฉลี่ย		74	74	74	75	7,405	6,961	6,855	6,878	1.12	1.12	1.13	1.13	14.75	14.67	14.73	14.68	2.62	2.59	2.63	2.60
เฉลี่ย 4 รุ่น		74.25				1,756.19				1.13				14.71				2.61			

ต้นทุนการผลิตลูกไก่ขุนประดู่หางดำพันธุ์ลูกผสม

จากการรวบรวมข้อมูลการผลิตไก่ประดู่หางดำลูกผสม โดยเกษตรกรนำลูกไก่ อายุ 1 วัน เข้าเลี้ยง เพื่อผลิตไก่ขุนเฉลี่ย 1,669 ตัว/รุ่น/ราย ในระบบเลี้ยงปล่อยธรรมชาติ เป็นเวลา 74 วัน/รุ่น เลี้ยงด้วยอาหารสำเร็จรูป จากข้อมูลในตารางที่ 21 พบว่า

ต้นทุนรวม 130,804.63 บาท/รุ่น แบ่งเป็นต้นทุนคงที่ 2,676.17 บาท/รุ่น และต้นทุนผันแปร 128,128.46 บาท/รุ่น เกษตรกรจึงมีต้นทุนไก่ขุนเฉลี่ย 72.84 บาท/กิโลกรัม ซึ่งเกษตรกรแต่ละรายมีรายได้จากการจำหน่ายไก่ขุนเฉลี่ย 6,384.72 บาท/เดือน (ในการเลี้ยง 2 รุ่น ระยะเวลาเลี้ยง 2.47 เดือน) โดยต้นทุนที่สำคัญสูงสุด 3 รายการ ประกอบด้วย ค่าอาหารไก่ ค่าลูกไก่ และค่าแรงงาน

ตารางที่ 21 สรุปต้นทุน-ผลตอบแทนการขุนไก่ประดู่หางดำลูกผสมของเกษตรกรในโครงการ

รายการ	มูลค่า	ร้อยละ
1. ต้นทุนคงที่	2,676.17	2.42
1.1 ค่าเสื่อมราคาโรงเรือน และอุปกรณ์ (บาท/รุ่น)	1,520.55	1.38
1.2 ค่าเสื่อมอุปกรณ์	851.51	0.77
1.2.1 ถังน้ำ (จำนวน 35 ถังๆ ละ 60 บาท ใช้งาน 2 ปี)	212.88	0.19
1.2.2 ถังอาหาร (จำนวน 70 ถังๆ ละ 90 บาท ใช้งาน 2 ปี)	638.63	0.58
1.3 ค่าเสียโอกาสการใช้ที่ดิน	304.11	0.28
2. ต้นทุนผันแปร	107,891.17	97.58
2.1 ค่าลูกไก่ประดู่หางดำลูกผสม (16 บาท/ตัว จำนวนเฉลี่ย 1,624.38 ตัว/รุ่น/ราย)	25,990.08	23.51
2.2 ค่าอาหารไก่ ระยะเวลาเลี้ยง 74.25 วัน	61,996.59	56.07
2.2.1 อาหารไก่เนื้อระยะแรก 507.75 กก.ๆ ละ 15.00 บาท	7,616.25	6.89
2.2.2 อาหารไก่เนื้อระยะสอง 3,884.31 กก.ๆ ละ 14.00 บาท	54,380.34	49.18
2.3 ค่าแรงงาน (ใช้แรงงาน 3 ชม./วัน ค่าจ้าง 300 บาท/วัน)	8,325.00	7.53
2.4 ค่าสาธารณูปโภค (ค่าไฟฟ้า ค่าน้ำ ค่าเชื้อเพลิง)	4,172.50	3.77
2.5 วัคซีน และเวชภัณฑ์	5,007.00	4.53
2.6 ค่าใช้จ่ายอื่นๆ (แกลบ)	2,400.00	2.17
3. ต้นทุนรวม	110,567.34	100.00
4. ต้นทุนเงินสด	102,242.34	
5. รายได้รวม	144,495.20	
5.1 ไก่ขุน 1,591 ตัว น้ำหนัก 1,795.75 กก. ราคาจำหน่าย 80 บาท/กก.	140,495.20	
5.2 มูลไก่ (200 กระสอบๆ ละ 20 บาท)	4,000.00	
6. ต้นทุนไก่ขุน (บาท/กก.)	62.96	

ตารางที่ 21 (ต่อ)

รายการ	มูลค่า	ร้อยละ
7. ดันทุนเงินสด (บาท/กก.)	58.22	
8. กำไรสุทธิ (บาท/รุ่น)	33,927.86	
9. กำไร (บาท/ราย/เดือน)	11,309.29	
ระยะเวลาเลี้ยงเฉลี่ย/รุ่น/ราย (เดือน)	2.47	

ที่มา การสำรวจและรวบรวมข้อมูลจากเกษตรกรในโครงการ

ศูนย์คัดเลือกพันธุ์ชุมชน และศูนย์ผลิตอาหารท้องถิ่น

เพื่อให้การดำเนินงานของโครงการฯ เป็นไปด้วยความเรียบร้อยตามวัตถุประสงค์ คณะนักวิจัยได้ประยุกต์ใช้หลักการของนักสัตวบาลที่จำเป็น ประกอบไปด้วย การจัดการพันธุ์ การจัดการอาหาร และการจัดการเลี้ยงดู (สมชัย, 2527) โดยคณะนักวิจัยได้ทำการวางแผนและดำเนินการจัดตั้งศูนย์คัดเลือกพันธุ์ชุมชน และศูนย์ผลิตอาหารท้องถิ่น โดย

ศูนย์คัดเลือกพันธุ์ชุมชนมีกิจกรรมหลัก 2 กิจกรรม คือ

1. การประชุมวางแผนแนวทางการจัดตั้งศูนย์คัดเลือกพันธุ์ชุมชน
2. วางแผนคัดเลือกพ่อแม่พันธุ์ที่ตรงตามลักษณะประจำพันธุ์ในชุมชน
3. จัดตั้งศูนย์คัดเลือกพันธุ์ชุมชน และการวางแผนผสมพันธุ์ อำเภอบาง จังหวัดแม่ฮ่องสอน

ศูนย์ผลิตอาหารท้องถิ่นมีกิจกรรมหลัก 3 กิจกรรม คือ

1. จัดประชุม เพื่อกำหนดคุณสมบัติของสมาชิกที่สามารถจัดตั้งศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ได้/ ถ่ายทอดองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องให้สมาชิกที่ผ่านการคัดเลือก/ ทดสอบเลี้ยงด้วยอาหารที่ผลิตได้จากศูนย์ผลิตอาหาร และวิเคราะห์ต้นทุนผลตอบแทนเปรียบเทียบกับการใช้อาหารแบบเดิม และอาหารจากศูนย์ฯ

2. วางแผนปฏิบัติการปลูกพืชอาหารสัตว์ในพื้นที่
3. วางแผนการใช้วัตถุดิบอาหารสัตว์ที่มีในท้องถิ่น

มีรายละเอียดกิจกรรมของแต่ละศูนย์จำแนกตามกิจกรรม ดังต่อไปนี้

ศูนย์คัดเลือกพันธุ์ชุมชน

กิจกรรมที่ 5 การประชุมวางแผนแนวทางการจัดตั้งศูนย์คัดเลือกพันธุ์ชุมชน

การจัดตั้งศูนย์คัดเลือกพันธุ์ชุมชน คณะนักวิจัยพิจารณาให้ นายธงชัย ไช้เรือนแก้ว ที่อยู่เลขที่ 74 หมู่ที่ 9 ตำบลทุ่งยาว อำเภอบาง จังหวัดแม่ฮ่องสอน และนายอานนท์ พงษ์ปรีชานนท์ ที่อยู่เลขที่ 223 หมู่ที่ 4 ตำบลแม่ฮี้ อำเภอบาง จัดตั้งศูนย์คัดเลือกพันธุ์ชุมชน

กิจกรรมที่ 6 วางแผนคัดเลือกพ่อแม่พันธุ์ที่ตรงตามลักษณะประจำพันธุ์ในชุมชน

6.1 ลักษณะประจำพันธุ์ไก่พื้นเมืองไทยพันธุ์ประดู่หางดำ

จากการสัมภาษณ์และหารือกับเกษตรกรในพื้นที่พบว่าไก่พื้นเมืองไทยที่ตลาดชุมชน อำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน ต้องการจะมีลักษณะปรากฏ (phenotype) ของสีขนสร้อยคอ สร้อยหลัง สร้อยปีก และสร้อยระย้า เป็นเฉดสีประดู่หรือสีแดง ทั้งนี้เนื่องจากผู้บริโภคในพื้นที่อำเภอปาย โดยเฉพาะชาวบ้านที่อยู่บนพื้นที่สูงมีความเชื่อว่าเป็นสิริมงคล นอกจากนี้ไก่พื้นเมืองต้องมีสีแข้ง สีเท้า และเล็บเป็นสีดำ (ภาพที่ 8)



ภาพที่ 8 ลักษณะปรากฏของไก่พื้นเมืองไทยพันธุ์ประดู่หางดำ เพศผู้ และเพศเมีย

โดยลักษณะที่เป็นที่ต้องการของตลาดชุมชนในพื้นที่อำเภอปายตรงกับลักษณะประจำพันธุ์ของไก่พื้นเมืองไทยพันธุ์ประดู่หางดำ ที่ได้รับการพัฒนาและปรับปรุงพันธุ์โดยกรมปศุสัตว์ในชื่อ ไก่พื้นเมืองพันธุ์ประดู่หางดำเชียงใหม่ 1

นอกจากเรื่องของลักษณะปรากฏที่เป็นลักษณะประจำพันธุ์ในเรื่องของสีที่สอดคล้องกับความต้องการของพื้นที่แล้ว ไก่พันธุ์ประดู่หางดำยังได้รับความนิยมจากผู้บริโภคนำไปปรุงเป็นอาหารพื้นเมืองล้านนาต่างๆ (อำนาจ และคณะ, 2554)

ดังนั้นเพื่อให้สามารถทำการวางแผนการผสมพันธุ์และพัฒนาปรับปรุงพันธุ์ไก่ประดู่หางดำได้อย่างถูกต้องมีประสิทธิภาพต่อไปในอนาคต จึงทำการกำหนดลักษณะประจำพันธุ์ที่เป็นลักษณะปรากฏต่างๆ ที่สำคัญและ เรียกว่า “ประดู่หางดำ” แยกตามเพศตามเกณฑ์ที่ พน (2543) ระบุไว้ดังต่อไปนี้

เพศผู้

1. หงอน (comb) หงอนต้องเป็นหงอนหินหรือหงอนถั่ว (peanut comb)
2. ปาก (beak) สีดำสนิท หรือสีดำปลายขาว
3. ตา (eye) สีน้ำตาลอมดำ หรือน้ำตาลอมส้ม
4. หน้า สีแดง หรือแดงอมดำ



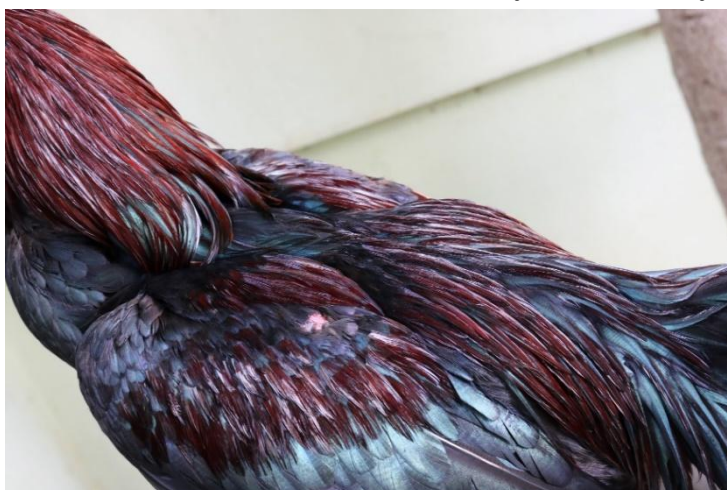
ภาพที่ 9 ลักษณะปรากฏต่างๆบริเวณใบหน้า (หงอน ปาก ตา และหน้า)

5. ขนพื้นตัว ขนปีก ขนหาง สีดำหรือ ดำเหลือบเขียว



ภาพที่ 10 ลักษณะปรากฏของสีขนพื้นตัว ขนปีก ขนหาง

6. ขนสร้อยคอสร้อยหลัง สร้อยปีก สร้อยระย้า สีประดู่เข้ม หรือสีประดู่อ่อนออกเป็นสีแดง



ภาพที่ 11 ลักษณะปรากฏของสีขนสร้อยคอ สร้อยหลัง สร้อยปีก สร้อยระย้า

7. สีแข้ง (shank) นิ้วเท้า (toe) เล็บเท้า (toe nail) และเดือย (spur) เป็นสีดำ หรือเขียวอมดำ



ภาพที่ 12 ลักษณะปรากฏของสีแข้ง นิ้วเท้า เล็บเท้า และเดือย

เพศเมีย

ลักษณะปรากฏของไก่พื้นเมืองไทยพันธุ์ประดู่หางดำโดยทั่วไปคล้ายคลึงกับลักษณะปรากฏในเพศผู้ ยกเว้นสีสร้อยคอ สร้อยหลัง สร้อยปีก เป็นสีดำ หรือดำเหลือบเขียว



ภาพที่ 15 ลักษณะปรากฏของไก่พื้นเมืองไทยพันธุ์ประดู่หางดำ

กิจกรรมที่ 7 ศูนย์คัดเลือกพันธุ์ชุมชน และการวางแผนผสมพันธุ์ อำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน

7.1 หลักการคัดเลือกจากฐานชุมชน (Community-based selection method)

ใช้หลักการคัดเลือกใช้การคัดเลือกไปทีละลักษณะ (tandem selection) (มนต์ชัย, 2548) โดยพิจารณาคัดเลือกจากลักษณะปรากฏของไก่ประดู่หางดำในภาพรวม (mass selection) โดยไก่ประดู่หางดำตัวที่จะถูกคัดเลือกไว้เป็นพ่อแม่พันธุ์ต้องมีลักษณะปรากฏตรงกับลักษณะประจำพันธุ์ที่กำหนดไว้ และต้องมีน้ำหนักตัวสูงสุด 10 เปอร์เซ็นต์แรกของฝูง เมื่อถึงอายุที่ต้องทำการคัดเลือก ได้แก่ น้ำหนักเมื่อถึงน้ำหนักตลาด 1.1 ถึง 1.2 กิโลกรัม

ผลการดำเนินงานกิจกรรมของศูนย์คัดเลือกพันธุ์ชุมชน เป็นดังรายละเอียดต่อไปนี้

ศูนย์คัดเลือกพ่อแม่พันธุ์ชุมชน

รายการ	นายธงชัย	นายอานนท์
พ่อพันธุ์ (ตัว)	9	7
แม่พันธุ์ (ตัว)	59	60
สัดส่วน (พ่อพันธุ์:แม่พันธุ์)	1:7	1:9
พ่อพันธุ์ทดแทน (ตัว)*	10	10
แม่พันธุ์ทดแทน (ตัว)*	60	60

หมายเหตุ * เป็นตัวเลขเป้าหมายที่คาดว่าจะคัดพันธุ์ทดแทน



ภาพที่ 16 ศูนย์คัดเลือกพันธุ์ไก่ประดู่หางดำชุมชน 2 ศูนย์

7.2 เป้าหมายการผสมพันธุ์ (Breeding objective) และระบบการผสมพันธุ์ (Mating System)

7.2.1 เป้าหมายการผสมพันธุ์ เพื่อให้เป็นไปตามโปรแกรมการผสมพันธุ์จากฐานชุมชน ที่ได้กำหนดให้นักปรับปรุงพันธุ์กับผู้เลี้ยงไก่ประดู่หางดำร่วมกันกำหนดเป้าหมายการผสมพันธุ์ เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของชุมชนได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิผล (Bhuiyan et al., 2017) คณะนักวิจัยได้ทำการสัมภาษณ์และหารือกับเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ประดู่หางดำ จนสามารถสรุปเป็นเป้าหมายการผสมพันธุ์ให้กับศูนย์คัดเลือกพันธุ์ชุมชน ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

ลำดับ	เป้าหมาย	ขั้นตอนการปฏิบัติ
1	นำนักตัวไก่ประดู่พ่อแม่พันธุ์รุ่น F_1 มีน้ำหนักมากกว่า ไก่ประดู่หางดำรุ่น F_0	คัดไก่พ่อแม่พันธุ์ทดแทนที่มีน้ำหนักตัวสูงสุดในรุ่น F_1 10%
2	ให้มีลักษณะปรากฏตรงตามลักษณะประจำพันธุ์ และมีความสม่ำเสมอมากขึ้น	ทำการคัดเลือกตามลักษณะประจำพันธุ์ที่กำหนดไว้

7.2.2 ระบบการผสมพันธุ์ โครงการวิจัยทำการประยุกต์ใช้วิธีผสมพันธุ์เชิงคัดเลือกภายในพันธุ์เดียวกัน (within breed selective breeding method) โดยพันธุ์ไก่ประดู่หางดำที่ทางโครงการวิจัยนำมา

ให้ศูนย์คัดเลือกพันธุ์ชุมชนเลี้ยงมีต้นกำเนิดจากตระกูลไก่พ่อแม่พันธุ์ประดู่หางดำที่บำรุงรักษาโดย ศูนย์วิจัย และบำรุงพันธุ์สัตว์ตาก กรมปศุสัตว์ เป็นผลทำให้ไก่ประดู่หางดำที่นำมาเลี้ยงมีความสัมพันธ์ทางสายเลือด เป็นเครือญาติกัน (relative) กล่าวคือมีความสัมพันธ์แบบพี่น้อง (sib relationship) ในชุดฟักเดียวกันหรือเป็นชั่วรุ่น (generation) เดียวกัน จากนั้นคณะนักวิจัยได้วางแผนการผสมพันธุ์ไก่พ่อแม่พันธุ์ภายหลังการคัดเลือก ด้วยการจับคู่ไก่ประดู่หางดำที่มีความสัมพันธ์ทางสายเลือดใกล้ชิดกันมาผสมพันธุ์กันแบบการผสมในสายสัมพันธ์ (inbreeding) (ยอดชาย, 2552) ในอัตราส่วนพ่อพันธุ์ต่อแม่พันธุ์เท่ากับ 1 ต่อ 7 เพื่อรักษาลักษณะที่ดีเด่นภายในพันธุ์ไก่ประดู่หางดำให้คงอยู่ สามารถรักษาและเพิ่มระดับความสม่ำเสมอ (homozygous) ของพันธุ์ในรุ่นลูกหลาน (วุฒิไกร, 2556) จนสามารถพัฒนาพันธุ์ต่อยอดเป็นไก่ประดู่หางดำต่อไปได้ในอนาคต

7.3 การเตรียมรับมือกับผลเสียจากแผนการผสมในสายสัมพันธ์ (Inbreeding depression)

การใช้แผนการผสมในสายสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องยาวนานจะส่งผลเสียต่อการแสดงออกของลักษณะต่างๆในไก่ประดู่หางดำได้ กล่าวคือ อาจเป็นการเปิดโอกาสให้ยีนที่ไม่ดี ยีนแฝง (carrier gene) รวมทั้งยีนมรณะ (lethal gene) ที่เกี่ยวข้องกับการแสดงออกในลักษณะที่ไม่ดี เช่น เปอร์เซ็นต์ไขมีเชื้อลดต่ำลง ลูกไก่ที่เกิดมามีอ่อนแอและตาย อย่างไรก็ตามในทางปฏิบัติสามารถใช้แผนการผสมพันธุ์นอกสายสัมพันธ์ (outcrossing) ระหว่างไก่ประดู่หางดำที่ไม่เป็นเครือญาติหรือไม่มีความสัมพันธ์ทางพันธุกรรม (genetic relationship) ต่อกันเพื่อลดผลเสียจากการใช้แผนการผสมในสายสัมพันธ์ โดยในอนาคตจำเป็นต้องมีการจัดตั้งศูนย์คัดเลือกพันธุ์ชุมชนให้มากขึ้น เมื่อแต่ละศูนย์เริ่มเกิดผลกระทบจากการผสมในสายสัมพันธ์ ให้ทำการแลกเปลี่ยนไก่พ่อแม่พันธุ์กันระหว่างศูนย์คัดเลือกพันธุ์ชุมชนต่างๆเพื่อช่วยลดผลกระทบหรือผลเสียที่เกิดขึ้นกับลักษณะสำคัญทางเศรษฐกิจต่างๆ เช่น น้ำหนักตัว ความแข็งแรงของลูกไก่ ตลอดจนจำนวนลูกไก่ที่เกิดในแต่ละชุดฟัก (hatching) เป็นต้น

หลักการ/วิธีการคัดเลือกพ่อแม่พันธุ์ไก่พื้นเมือง เพื่อการใช้ประโยชน์ชุมชน

ไก่ประดู่หางดำ เป็นไก่พื้นเมืองพันธุ์แท้ที่ได้รับการส่งเสริมให้เกษตรกรนำมาเลี้ยงเชิงพาณิชย์ เพื่อสร้างรายได้ ยึดเป็นอาชีพได้ จากคุณสมบัติทางพันธุกรรมที่ดี “ไก่คอก โตไว เลี้ยงลูกเก่ง “ สมรรถนะการสืบพันธุ์ แม่ไก่ให้ไข่ 147 +/- 34 ฟอง/แม่/ปี อายุการให้ไข่ฟองแรก 188 +/- 17 วัน เมื่อเลี้ยงในหมู่บ้าน สมรรถนะการสืบพันธุ์ อัตราการให้ไข่ 42 +/- 16 ฟอง/แม่/ปี แม่ไก่ให้ไข่เฉลี่ย 3 ชุด/ปี ไก่ขุนมีอัตราการกินอาหารขึ้น 22.71 กรัม/ตัว/วัน กินอาหารจากวัตถุดิบอื่นๆ เฉลี่ย 34.43 กรัม/ตัว/วัน มีอัตราการเจริญเติบโต (ADG) 13.08 กรัม/ตัว/วัน อัตราการเปลี่ยนอาหารเป็นเนื้อ (FCR) เฉลี่ย 4.38

การคัดเลือกไก่พ่อแม่พันธุ์ไก่ประดู่หางดำ เพื่อให้สามารถดำรงพันธุกรรมในลักษณะการเลี้ยงในชุมชน เกษตรกรต้องมีการจัดการฟาร์มและการจัดการพ่อแม่พันธุ์ ที่ดีให้ตรงตามลักษณะทางพันธุกรรม มีระบบการบันทึก การเก็บข้อมูลเพื่อการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการ เพื่อให้ผลผลิตลูกพันธุ์ที่มีคุณภาพ ในราคาที่ เป็นธรรมและ คู่มีค่ากับการลงทุน

1. การบันทึกข้อมูล

- 1.1 บันทึกการไข่ทุกวัน (จำนวน) หรืออย่างน้อยทุกอาทิตย์ (แต่ไม่ควรจะเว้นระยะเป็นเดือน)
- 1.2 แยกประเภทการสูญเสียไข่ เพื่อจะได้รู้ว่าศักยภาพของแม่ไก่เป็นอย่างไร (ไข่ฟองเล็ก ผิดรูป อาจจะเป็นช่วงแรก หรือการให้อาหารไม่เพียงพอ หรือโภชนาการไม่ครบถ้วน แม่ไก่ไข่สะท้อนเป็นแม่ไม่ดี ให้สังเกตเพื่อหาผู้ร้ายจะได้คัดออกได้ถูกต้อง)
- 1.3 บันทึกการให้ไข่จนถึงเวลาที่ต้องการปลดแม่ไก่ แต่ตามศักยภาพของไก่ประคูล์ สามารถให้ไข่ถึง 14 เดือน (จะคัดออกก่อนก็ไม่ผิด)

2. การเลือกแม่พันธุ์

- 2.1 วัดจากควมสีของหงอนที่ซีดๆ สภาพโทรมๆ แสดงว่า ยังอยู่กับการให้ไข่ หรืออกไข่ ซึ่งต่างจากแม่ไก่ที่หงอนสีสดสวย ซึ่งอาจจะไม่ไข่ และสภาพภายนอกสวยงาม ซึ่งอาจจะหมายถึง ไข่แล้วไม่กกไข่ หรือไม่ไข่เลย เพราะเอาแต่เสริมสวย
- 2.2 วัดความกว้างของกระดูกเชิงกราน โดยกว้างประมาณ 3 นิ้ว อาจจะแสดงว่าเคยให้ไข่แล้ว โดยวัดในเดือนที่ 6 (เดือนที่ 6 ไก่จะต้องไข่) ถ้าตัวที่ต่ำกว่า 2 นิ้วให้คัดทิ้งได้เลย

3. วิธีคำนวณ% ไข่ (อัตราการใช้)

ในการคิดคำนวณอัตราในการไข่ คิดได้ 2 วิธีคือ

3.1 **Hen Day Production** (เปอร์เซ็นต์การใช้/วัน) โดยคิดเป็นเปอร์เซ็นต์การใช้ของไก่ทั้งหมดที่มีอยู่ในขณะนั้น ๆ โดยไม่รวมไก่ไข่ที่ขายหรือคัดออกไปแล้ว

$$\text{สูตรการคิด คือ } \frac{\text{จำนวนไข่ที่เก็บได้ทั้งหมดในวันนั้น}}{\text{จำนวนไก่ทั้งหมดที่มีอยู่ในวันนั้น}} \times 100$$

สมมติว่ามีไก่ 100 ตัว ให้ไข่ต่อวัน 80 ฟอง (แสดงว่า คิดการใช้ไข่ 1 วัน)

$$\frac{80}{100 \times 1} \times 100 = 80\%$$

ถ้าต้องการคิด 7 วัน ใช้ Heday คือ Hen x Day จำนวน 7 วัน

ใช้ค่าเฉลี่ยแม่ไก่ที่เหลือ โดย (แม่ไก่นำเข้า + แม่ไก่คงเหลือ) ÷ 2

สมมตินำแม่ไก่เข้าเลี้ยงทั้งหมด 150 ตัว เมื่อถึงเวลาไข่ มีแม่ไก่ให้ไข่ 125 ตัว (ที่เหลือ 25 ตัวไม่ให้ไข่ หรือหากเชิงกรานเล็กกว่า 2 นิ้ว จึงคัดออก) นับตั้งแต่แม่ไก่ไข่ฟองแรกจนครบ 7 วัน ต้องการคำนวณการให้ไข่ ปรากฏว่าเหลือแม่ที่ให้ไข่รอดชีวิต 124 ตัว และให้ไข่ทั้งหมด 500 ฟอง จำนวนดังนี้

$$\left(\frac{\text{จำนวนไข่ทั้งหมด}}{\text{จำนวนแม่ไก่ที่ให้ไข่เฉลี่ย ณ เวลานั้น (Hen) x 7 (Day)}} \right) \times 100$$

$$\text{จำนวนแม่ไก่ที่ให้ไข่เฉลี่ย} = \frac{125+124}{2} = 124.5$$

$$\text{จากตัวอย่าง ก็จะได้อัตราการใช้} = \left(\frac{500}{124.5 \times 7} \right) \times 100 = 50.37$$

3.2 **Hen Housed Production** (เปอร์เซ็นต์การไข่ต่อจำนวนไก่เริ่มต้น) เป็นการคิดเปอร์เซ็นต์การไข่ที่คิดจากจำนวนไก่เมื่อเริ่มต้นเลี้ยง

$$\text{สูตรการคิด เปอร์เซ็นต์การไข่ของไก่ทั้งหมด} = \frac{\text{จำนวนไข่ที่เก็บได้ทั้งหมดในวันนั้น}}{\text{จำนวนไก่ทั้งหมดที่เริ่มไข่}} \times 100$$

สมมติว่ามีไก่เริ่มต้นนำเข้าเพื่อให้ไข่ 1,000 ตัว ให้ไข่วันนี้ 850 ฟอง

$$= \frac{850}{1000} \times 100 = 85\%$$

การหาอัตราของไข่โดยวิธี Hen Housed Production ทำให้ต้องใช้ความสามารถในด้านการจัดการเลี้ยงดูเพื่อมิให้ไก่ตาย หรือถูกคัดทิ้งออกมามากยิ่งขึ้น ซึ่งจะเป็นผลดีต่อการดำเนินการ

สำหรับ %การให้ไข่นั้น ขึ้นอยู่กับเกษตรกรเองว่าพอใจหรือไม่ ถ้าคิดว่าพอใจก็ทำต่อ ถ้าไม่พอใจ ก็ต้องหาวิธีพัฒนาต่อไป (อาหาร วิธีการเลี้ยง เป็นต้น)

4. วิธีใช้ข้อมูลจากการบันทึกการให้ไข่

4.1 ดูค่าเฉลี่ยไข่สะสม (ตั้งแต่ไข่ฟองแรก จนถึงวันสุดท้ายที่จะปลดแม่ไก่)

4.2 ดูส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (หากบันทึกเป็นวันความละเอียดจะมากกว่าการบันทึกเป็นอาทิตย์ แต่ไม่ควรบันทึกเดือนละครั้ง)

5. ข้อจำกัด

5.1 เกษตรมีไก่พ่อแม่พันธุ์ รุ่นแรก จำนวนน้อยทำให้ปริมาณไก่ที่จะคัดเป็นพ่อแม่พันธุ์จึงมีโอกาสนี้จะได้แม่ไก่ที่ไม่ดีที่สุด

5.2 ศูนย์การคัดเลือกพันธุ์มีพ่อแม่พันธุ์รุ่นแรกจำนวนมาก ก็จะมีแม่ไก่ทดแทนเพื่อเป็นแม่พันธุ์ได้มาก

6. ข้อควรจำ

6.1 กรณีจะวัดหรือจะเลือกแม่ไก่ ให้ทำเฉพาะตอนกลางคืนเท่านั้น มิเช่นนั้น โอกาสที่จะทำให้แม่ไก่หยุดไข่ชั่วคราวมีสูง (ตอนกลางวันไก่จะตกใจ)

6.2 การกวนแม่ไก่เป็นเวลานานไม่ว่ากลางวันหรือกลางคืน แม่ไก่ก็จะหยุดไข่ชั่วคราวได้เหมือนกัน ฉะนั้น หากจะทำอะไรต้องทำให้เร็ว

6.3 แม่ไก่ที่ไข่จะงักจะกลับมาให้ไข่ได้ ประมาณ 3-4 วัน

6.4 ถ้าไข่ตก น้ำหนักไก่ขุนจะน้อย ฉะนั้น ต้องเลือกว่า ต้องการเลี้ยงเพื่ออะไร

6.5 โดยปกติอัตราการเกิดในตู้ฟัก จะคิดเป็นร้อยละ 98

ลักษณะของไก่ที่ไข่ดีและไข่ไม่ดี

ลักษณะ	ไก่ที่กำลั้งไข่	ไก่ที่หยุดไข่
หงอนและเหนียง	แดงสดใส อ่อนนุ่ม มีขนาดใหญ่	ซีด ไม่สดใส หยาบ ตกสะเก็ด เล็กกล
นัยน์ตา	นูนเด่นสดใส	ไม่นูนเด่น ไม่สดใส
ขอบตา จงอยปาก (Eye-ring, Beak)	ปรากฏเม็ดสี (Pigment) พวก Xantho PhyII	
ขน (Plumage)	แห้ง ขาด ไม่เงางาม	เป็นมันเงางาม
ก้น (Vent)	เปียกชุ่ม ขยายกว้าง อ่อนนุ่ม	แห้ง เล็ก หยาบ
กระดูกเชิงกราน (Pubic Bones)	ขยายกว้างเกินกว่า 2-3 นิ้วมือ	แคบเข้าหากัน
ช่องท้อง (Abdomen)	ลึกและกว้างเกินกว่า 3-4 นิ้ว	ตื้นและแคบน้อยกว่า 3 นิ้วมือ

ไก่ที่ให้ไข่นาน และให้ไข่ไม่นาน

ลักษณะ	ไก่ไข่นาน	ไก่ไข่ไม่นาน
ระยะการให้ไข่ (Laying Peirod)	ไข่ติดต่อกันเป็นระยะเวลานาน (ดับไข่ถี่) และหยุดไข่เพียงระยะ 1-2 วัน	ไข่ติดต่อกันไม่นาน (ดับไก่ห่าง) และหยุดไข่หลายวัน หรือไข่ 1 วัน เว้น 1 วัน ไข่ 3 วัน หยุด 4 วัน เป็นต้น
ขน (Plumage)	แห้ง ขาดรุ่งรัง ไม่เรียบร้อย แนบชิด ลำตัว	สะอาด หลวม
เวลาผลัดขน	เริ่มผลัดขนช้า และผลัดอย่างรวดเร็ว	เริ่มผลัดขนเร็วและใช้เวลาในการผลัดขนนาน
ความลึกของลำตัว	ลึกประมาณ 3-4 นิ้วมือ	ลำตัวตื้นน้อยกว่า 3-4 นิ้วมือ
หนัง	อ่อนนุ่ม บางและหลวม	แข็ง หนา หยาบมีไขมันมาก
นัยน์ตา	นูนเด่น สดใส	ไม่นูนเด่น ขุ่นมัว
ก้น	เปียกชุ่ม ขยายใหญ่ ปลิ้นออกง่าย	ไม่ค่อยเปียกชุ่ม ปลิ้นออกยาก
หงอนและเหนียง	ใหญ่ แดงสดใส และอ่อนนุ่ม	เล็ก ไม่สดใส และไม่ค่อยอ่อนนุ่ม
กระดูกเชิงกราน	ชี้ตรง และกว้าง	ชี้เข้าหากัน และหนา
ผิวหนัง	อ่อนนุ่ม บาง หลวม	หนา ไขมันมาก
หน้า	เล็ก หน้าทีหน้าไม่หยาบ	อ้วน หน้าทีหน้าหยาบ
เม็ดสี Pigment ที่ปรากฏตามส่วนต่าง ๆ ของร่างกาย	จะจางไปตามจำนวนไข่ที่ได้	จะจางหายไปน้อยกว่าจำนวนไข่ที่ควรจะได้

ศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ท้องถิ่น

กิจกรรมที่ 8 ศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ท้องถิ่น

การใช้วัตถุดิบอาหารในท้องถิ่นเพื่อลดต้นทุนการผลิตไก่พื้นเมืองเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้การเลี้ยงไก่พื้นเมืองสร้างรายได้จนเป็นอาชีพได้ อีกทั้งเป็นกิจกรรมร่วมกับการผลิตเกษตรอื่นอย่างสอดคล้อง สร้างความเข้มแข็งให้เกษตรกรพึ่งพาตนเองเพิ่มทางเลือกในการใช้วัตถุดิบอาหารสัตว์ที่มีราคาถูกในพื้นที่เพื่อใช้ร่วมกับอาหารสัตว์สำเร็จรูปที่ราคาแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง เกษตรกรรายย่อยที่มีแหล่งพืชอาหารสัตว์ธรรมชาติในพื้นที่สามารถลดต้นทุนการเลี้ยงไก่พื้นเมืองอย่างมีนัยสำคัญ ความรู้ในการเลือกใช้พืชอาหารสัตว์ในพื้นที่ที่ทำให้เกษตรกรรายย่อยสามารถสร้างอาชีพการเลี้ยงไก่พื้นเมืองที่มีผลตอบแทนที่คุ้มค่าทางเศรษฐกิจและอาจนำไปสู่การสร้างอาชีพเสริมที่ยั่งยืน พึ่งพาตนเองได้อย่างเป็นรูปธรรม อีกทั้งยังปลูกจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรในพื้นที่ควบคู่ไปกับการวางแผนสายพันธุ์ไก่พื้นเมืองให้อยู่รอดในชุมชนเกษตรกรรม

ในโครงการวิจัยได้กำหนดตัวชี้วัดให้จัดตั้งศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ จำนวน 2 ศูนย์ จากการจัดประชุมชี้แจงโครงการเมื่อวันที่ 20 มกราคม 2561 ได้กำหนดคุณสมบัติของสมาชิกที่จะสามารถจัดตั้งศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ดังนี้

1. ต้องมีที่ดินที่สามารถนำมาใช้ปลูกพืชอาหารสัตว์ เช่น มันสำปะหลัง ได้อย่างน้อย 1 ไร่
2. มีพื้นที่เป็นห้องกว้างสามารถใช้เป็นที่เก็บสต็อกพืชอาหารสัตว์เช่น ข้าวโพด ถั่วเหลือง ใบกระถินแห้ง ใบปอสาแห้ง และใช้สำหรับผสมอาหารได้
3. สมาชิกมีความพร้อมที่จะรับองค์ความรู้
4. สมาชิกมีเวลามากพอสมควรในแต่ละวัน มีความขยันหมั่นเพียร มีทัศนคติที่เป็นบวกต่อการลดต้นทุนค่าอาหารไก่ขุน และลดการใช้อาหารสำเร็จรูป เพื่อพึ่งพาทรัพยากรในท้องถิ่น
5. สามารถถ่ายทอดความรู้ให้แก่สมาชิกและผู้สนใจทั่วไป สมาชิกในโครงการที่มีคุณสมบัติและสมัครใจ ได้แก่

1) นายธงชัย โอ๊ะเรือนแก้ว เลขที่ 74 หมู่ที่ 9 ตำบลแม่ฮี้ อำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน
หมายเลขโทรศัพท์ 062-2864362

2) นายอนันต์ พงษ์ปรีชานันท์ เลขที่ 223 หมู่ที่ 4 ตำบลแม่ฮี้ อำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน
หมายเลขโทรศัพท์ 098-9089336

ผลการวิเคราะห์อาหารหมัก จากพืชที่ทำได้ในท้องถิ่น ซึ่งนำมาใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการนำมาใช้เป็นอาหารไก่ร่วมกับอาหารสำเร็จรูปเลี้ยงไก่ขุนดังนี้

รายงาน ผลการวิเคราะห์ตัวอย่างงานวิจัย												
หน่วยงานที่วิเคราะห์ ศูนย์วิจัยและพัฒนาอาหารสัตว์นครราชสีมา												
วันที่รับตัวอย่าง		เลขที่ส่ง 0177/2556 ผู้ส่งตัวอย่าง ศูนย์วิจัยและพัฒนาอาหารสัตว์ลำปาง										
Lab No	รายละเอียด	On dry basis										
		DM	CP	EE	CF	Ash	NFE	ADF	NDF	ADL	Hemicellulose	Cellulose
		น้ำหนักแห้ง %	โปรตีนหยาบ %	ไขมัน %	เยื่อใย %	เถ้า %	แป้งน้ำตาล %					
PF2556 017711	ต้นกล้วยหมัก 7 วัน	93.27	6.62	1.42	20.77	21.63	49.6	36.83	52.89	6.92	16.06	29.91
PF2556 017712	มันสำปะหลังหมัก 7 วัน	93.12	3.47	0.16	5.09	5.85	85.4	4.90	6.81	3.14	1.91	1.76
PF2556 017713	เมล็ดข้าวโพดหมัก 7 วัน	94.67	12.15	6.45	3.02	2.13	76.2	3.43	13.76	0.10	10.33	3.34

ตารางที่ 23 การทดลองเลี้ยงไก่ประดู่หางดำด้วยมันสำปะหลังหมัก ของนายอานนท์ พงษ์ปรีชานันท์ 2 รุ่น

	รุ่น 1	รุ่น 2	เฉลี่ย
จำนวนลูกไก่เข้าเลี้ยง (ตัว)	100.00	108.00	104.00
จำนวนไก่คงเหลือ	97.00	104.00	100.50
อาหารสำเร็จรูป (กก.)	257.00	271.00	264.00
อาหารหมัก (กก.)	62.00	65.00	63.50
อาหารที่ใช้เฉลี่ย (กก.)	3.29	3.23	3.26
อายุจำหน่าย	87.00	86.00	86.50
น้ำหนักขาย (กก.)	107.00	113.00	110.00
น้ำหนักขายเฉลี่ย(กก./ตัว)	1.10	1.09	1.10
ADG	12.31	12.26	12.29
FCR	3.07	3.06	3.07
อัตราการตาย (%)	3.00	3.70	3.35

ตารางที่ 24 สรุปต้นทุน-ผลตอบแทนการขุนไก่ประดู่หางดำด้วยมันสำปะหลังหมัก ของนายอานนท์ พงษ์ปรีชานันท์

รายการ	มูลค่า	ร้อยละ
1. ต้นทุนคงที่	673.05	8.17
1.1 ค่าเสื่อมราคาโรงเรือน	547.95	6.65
1.2 ค่าเสื่อมอุปกรณ์	60.00	0.73
1.2.1 ถังน้ำ (จำนวน 2 ถังๆ ละ 60 บาท ใช้งาน 2 ปี)	15.00	0.18
1.2.2 ถังอาหาร (จำนวน 4 ถังๆ ละ 90 บาท ใช้งาน 2 ปี)	45.00	0.55
1.3 ค่าเสียโอกาสการใช้ที่ดิน	65.1	0.79
2. ต้นทุนผันแปร	7,562.65	91.83
2.1 ค่าลูกไก่ประดู่หางดำพันธุ์แท้ (20 บาท/ตัว จำนวน 104 ตัว)	2,080.00	25.26
2.2 ค่าอาหารไก่ ระยะเวลาเลี้ยง 86.5 วัน	3,917.02	47.56
2.2.1 อาหารไก่เนื้อระยะแรก 30.52 กก.ๆ ละ 15.00 บาท	457.80	5.56
2.2.2 อาหารไก่เนื้อระยะสอง 233.48 กก.ๆ ละ 14.00 บาท	3,268.72	39.69
2.2.3 อาหารหมัก (มันสำปะหลังหมัก) (จำนวน 63.5 กก.ๆ ละ 3 บาท)	190.50	2.57
2.3 ค่าแรงงาน (ใช้แรงงาน 0.25 ชม./วัน ค่าจ้าง 300 บาท/วัน)	815.63	9.90
2.4 ค่าสาธารณูปโภค (ค่าไฟฟ้า ค่าน้ำ ค่าเชื้อเพลิง)	250	3.04
2.5 วัคซีน และเวชภัณฑ์	300	3.64
2.6 ค่าใช้จ่ายอื่นๆ (แกลบ)	200	2.43
3. ต้นทุนรวม	8,235.70	100.00
4. ต้นทุนเงินสด	7,420.07	
5. รายได้รวม	9,650.00	
5.1 ไก่ขุน 104 ตัว น้ำหนัก 110 กก. ราคาจำหน่าย 85 บาท/กก.	9,350.00	
5.2 มูลไก่ (15 กระสอบๆ ละ 20 บาท)	300.00	
6. ต้นทุนไก่ขุน (บาท/กก.)	74.87	
7. ต้นทุนเงินสด (บาท/กก.)	67.46	
8. กำไรสุทธิ (บาท/รุ่น)	1,414.30	
9. กำไร (บาท/ราย/เดือน)	471.43	

ที่มา การสำรวจและรวบรวมข้อมูลจากเกษตรกรในโครงการ

เปรียบเทียบผลการใช้อาหารเสริมที่ผลิตได้จากศูนย์อาหารสัตว์ท้องถิ่น และการเลี้ยงไก่ขุนของเกษตรกร

จากการวิเคราะห์ต้นทุนผลตอบแทนระหว่างการให้อาหารเลี้ยงแบบเดิม กับการให้อาหารเสริมด้วยมันสำปะหลังหมักจากศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ท้องถิ่น พบว่า แม้การเลี้ยงด้วยมันสำปะหลังหมักจะใช้ระยะเวลาเลี้ยงนานกว่าร้อยละ 8.13 หรือได้น้ำหนักเฉลี่ยต่ำกว่าร้อยละ 5.17 แต่เกษตรกรจะสามารถลดต้นทุน

ค่าอาหารไก่เฉลี่ยร้อยละ 27.87 ต่อวัน กำไรสุทธิเฉลี่ยเพิ่มขึ้นร้อยละ 94.52 ต่อตัว นอกจากนี้ อัตราการตาย ลดลงเฉลี่ยร้อยละ 36.67

ฉะนั้น จึงอาจกล่าวในเบื้องต้นได้ว่า การให้อาหารเสริมด้วยมันสำปะหลังหมักจากศูนย์ผลิตอาหาร สัตว์ท้องถิ่น สามารถเพิ่มรายได้ ลดต้นทุนค่าอาหาร และลดต้นทุนการสูญเสีย

ตารางที่ 25 เปรียบเทียบผลการใช้อาหารเสริมที่ผลิตได้จากศูนย์อาหารสัตว์ท้องถิ่นกับไก่ขุนของนาย อานนท์ พงษ์ปรีชาพันธ์ กับไก่ขุนของเกษตรกรในโครงการ

รายการ	ไก่ขุนเลี้ยงอาหารไก่	ไก่ขุนเลี้ยงอาหารเสริม มันสำปะหลังหมักเฉลี่ย	%ความแตกต่าง
ค่าอาหารไก่ (บาท/ตัว/วัน)	0.61	0.44	27.87 ↑
อัตราการตาย (%)	5.29	3.35	36.67 ↑
กำไรสุทธิ (บาท/ตัว)	8.03	15.62	94.52 ↑
อายุจำหน่าย	80.00	86.50	8.13 ↓
น้ำหนักขายเฉลี่ย (กก./ตัว)	1.16	1.10	5.17 ↓

หมายเหตุ ↑ = ดีกว่า, ↓ = แย่กว่า



ภาพที่ 17 ศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ชุมชนของกลุ่มเกษตรกร จำนวน 2 ศูนย์

กิจกรรมที่ 9 วางแผนปฏิทินการปลูกพืชอาหารสัตว์ในพื้นที่ (หญ้า ถั่วเหลือง มันสำปะหลัง ข้าว ข้าวโพด)

ในการวางแผนปฏิทินการปลูกพืชอาหารสัตว์ในพื้นที่ เกษตรกรในโครงการหารือทำข้อตกลง ร่วมกันที่จะปลูกพืชอาหารตามศักยภาพของเกษตรกร เพื่อเป็นวัตถุดิบเสริมให้แก่ศูนย์ผลิตพืชอาหาร

ตารางที่ 26 ปฏิทินวัตถุดิบ และพืชอาหารสัตว์ที่หาได้ในท้องถิ่น

พืชอาหาร	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
มันสำปะหลัง	<											>
ข้าว	<		>									
ข้าวโพด	<											>
ถั่วเหลือง	<		>									
กล้วย	<											>
รำหยาบ	<											>
กระถิน	<											>
ปอสา	<											>



ภาพที่ 18 การใช้พืชอาหารสัตว์ในพื้นที่

กิจกรรมที่ 10 วางแผนการใช้วัตถุดิบอาหารสัตว์ที่มีในท้องถิ่น

การผลิตพืชอาหารเพื่อใช้เลี้ยงไก่ตามระยะเจริญเติบโต โครงการได้นำหลักวิชาการ มาประยุกต์ใช้กับพืชอาหารในท้องถิ่น เนื่องจากพืชอาหารบางชนิดหาได้ยากในท้องถิ่น ฉะนั้น สูตรอาหารไก่พื้นเมืองของกลุ่มจึงมีการประยุกต์ใช้พืชอาหารทดแทนอื่นๆ ตามความเหมาะสมในแต่ละช่วงฤดูกาล และอายุการเจริญเติบโตของไก่ในแต่ละระยะ

ตารางที่ 27 สูตรอาหารไก่พื้นเมือง

วัตถุดิบ (กิโลกรัม)	ระยะเล็ก (อายุ 0-6 สัปดาห์)	ระยะรุ่น (อายุ 6-23 สัปดาห์)	พ่อแม่พันธุ์ (23 สัปดาห์ขึ้นไป)
ปลายข้าว	-	-	-
ข้าวโพด	-	-	-
รำละเอียด	15	19	19

ตารางที่ 27 (ต่อ)

วัตถุดิบ (กิโลกรัม)	ระยะเล็ก (อายุ 0-6 สัปดาห์)	ระยะรุ่น (อายุ 6-23 สัปดาห์)	พ่อแม่พันธุ์ (23 สัปดาห์ขึ้นไป)
มันเส้นบด	45.5	49	41.7
กากถั่วเหลือง (44% โปรตีน)	29.5	20.9	19
ปลาป่น (55% โปรตีน)	7	6	7
ใบกระถิน/ ใบมันสำปะหลังป่น	-	3.5	4
เปลือกหอยบด	0.3	0.4	6.5
ไคแคลเซียมฟอสเฟต (P/18)	1	0.5	0.3
ไขมันสัตว์/ น้ำมันพืช	1	-	1.8
ดีแอล – เมทไธโอนีน	0.1	0.1	0.1
เกลือป่น	0.35	0.35	0.35
พรีมิกซ์ไก่เนื้อแทน	0.25	0.25	0.25
รวม	100	100	100
โปรตีนในอาหาร %	19.6	16	15.4
พลังงานใช้ประโยชน์ (กิโลกรัมแคลอรี/ กก.)	2,850	2,765	2,640

ที่มา: กรมปศุสัตว์ 2559

กิจกรรมที่ 11 ศูนย์การถ่ายทอด และจัดการองค์ความรู้พืชอาหารสัตว์ของชุมชน

ศูนย์ผลิตพืชอาหารสัตว์ชุมชนของโครงการ 2 ศูนย์ จัดตั้งขึ้นตามข้อกำหนดคุณสมบัติของสมาชิกที่จะสามารถจัดตั้งศูนย์ฯ จึงทำให้ชุมชนมีอาหารหมักสำหรับเลี้ยงไก่ในแต่ละอายุได้ตลอดการผลิต ลดต้นทุนการผลิต เพิ่มผลกำไร ก่อให้เกิดความยั่งยืนในอาชีพ ซึ่งจากปฏิทินการผลิต จะเห็นว่า พืชอาหารส่วนใหญ่ที่ใช้ผลิตอาหารหมักมีผลผลิตตลอดทั้งปี หรือมีใช้ตลอดทั้งปี (ข้าว ถั่วเหลือง) ฉะนั้น ศูนย์ผลิตพืชอาหารสัตว์จึงสามารถผลิตอาหารหมักให้แก่กลุ่มเกษตรกรในโครงการได้ตลอดทั้งปี

นอกจากนี้ สูตรอาหารหลักที่สำคัญของศูนย์ฯ คือ มันสำปะหลังหมัก ซึ่งแต่ละช่วงอายุของไก่ จะมีสัดส่วนของส่วนผสมแตกต่างกัน ตามโภชนาะความต้องการของไก่แต่ละช่วงการเจริญเติบโต โดยมีวิธีการในการผลิต และวิธีการให้ไก่แต่ละช่วงอายุ ดังนี้

วิธีการหมักมันสำปะหลัง

1. นำห้วมันสำปะหลังสดมาเข้าเครื่องหั่นให้เป็นชิ้นบางๆ แล้วนำไปตากแดดประมาณ 3-4 วัน สามารถเก็บไว้ได้นาน ซึ่งก่อนใช้จะนำไปเข้าเครื่องตีให้แตกเป็นเม็ดเล็ก
2. ชั่งมันสำปะหลังแห้งตามจำนวนที่ต้องการนำมาผสมกับกากน้ำตาลและเกลือในอัตราส่วน 100 : 4 : 0.5 (กากน้ำตาลควรผสมน้ำ 20 ลิตร) ทำการหมักในภาชนะที่ปิดฝาได้สนิทอากาศเข้าไม่ได้หลังจากหมักได้ 5 วัน นำไปใช้และควรใช้ให้หมดภายใน 5 – 7 วัน

วิธีการนำมันสำปะหลังหมักไปใช้เลี้ยงไก่ขุนประดู่หางดำ

1. นำลูกไก่ประดู่หางดำเข้ากกตามปกติใช้อาหารสำเร็จรูปไก่เนื้อเลี้ยงตามปกติ จนถึง 4 สัปดาห์
2. ไก่ขุนอายุ 5 – 6 สัปดาห์ให้มันสำปะหลังหมักจำนวน 10 เปอร์เซ็นต์ (คิดจากน้ำหนักแห้ง) ผสมอาหารสำเร็จรูปไก่เนื้อ 90 เปอร์เซ็นต์ นำไปเลี้ยงไก่
3. ไก่ขุนอายุ 7 – 9 สัปดาห์ ให้มันสำปะหลังหมักจำนวน 20 เปอร์เซ็นต์ (คิดจากน้ำหนักแห้ง) ผสมอาหารสำเร็จรูปไก่เนื้อ 80 เปอร์เซ็นต์ นำไปเลี้ยงไก่
4. ไก่ขุนอายุ 10 - 12 สัปดาห์ ให้มันสำปะหลังหมักจำนวน 30 เปอร์เซ็นต์ (คิดจากน้ำหนักแห้ง) ผสมอาหารสำเร็จรูปไก่เนื้อ 70 เปอร์เซ็นต์ นำไปเลี้ยงไก่

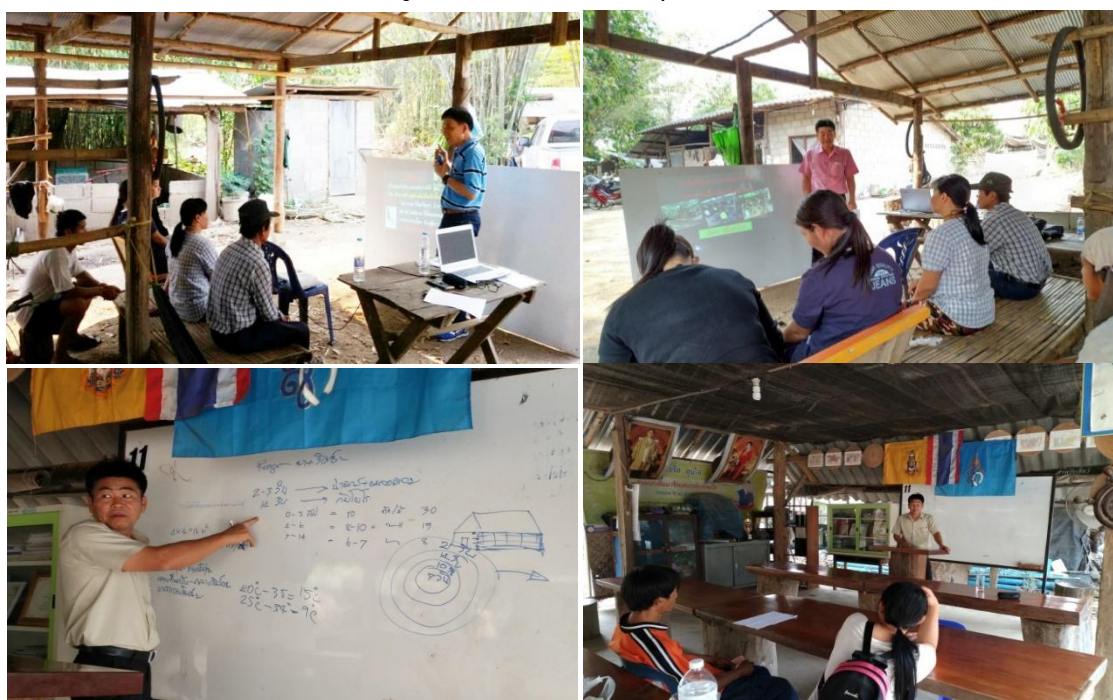
สำหรับการถ่ายทอดองค์ความรู้การผลิตอาหารหมักนั้น มีการจัดให้องค์ความรู้ผ่านศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ชุมชนทั้ง 2 ศูนย์ฯ โดยการทำเป็นโปสเตอร์ แผ่นพับ

วัตถุประสงค์ ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนา ผลิตภัณฑ์แปรรูปผลิตภัณฑ์ไก่ประดู่หางดำที่มีศักยภาพทางการตลาด ตอบสนองความต้องการของตลาดทุกระดับ

กิจกรรมที่ 12 จัดฝึกอบรมให้ความรู้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้เลี้ยงไก่ประดู่หางดำ

1. กลุ่มเกษตรกรได้ฝึกอบรมในวันที่ 28-29 มีนาคม 2561 เรื่อง การเลี้ยงไก่ที่มีระบบการป้องกันโรค และการเลี้ยงสัตว์ที่เหมาะสม มีหัวข้อการอบรม ดังนี้

- 1.1 หลักการเลี้ยงสัตว์
- 1.2 หลักการความปลอดภัยทางชีวภาพในการเลี้ยงสัตว์ปีก
- 1.3 ฟาร์มเลี้ยงสัตว์ปีกที่มีระบบการป้องกันโรค และการเลี้ยงสัตว์ที่เหมาะสม
- 1.4 โรคระบาดในไก่ที่สำคัญ และการป้องกันควบคุมโรค



ภาพที่ 19 การฝึกอบรม เรื่อง การเลี้ยงไก่ที่มีระบบการป้องกันโรค และการเลี้ยงสัตว์ที่เหมาะสม (28-29 มีนาคม 61)

2. โครงการฯ ได้ร่วมมือกับกรมปศุสัตว์ ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากไก่ประดู่หางดำ เพื่อให้กลุ่มเกษตรกรมีผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลาย สามารถเพิ่มมูลค่าแก่สินค้า และบริหารความเสี่ยงในการแก้ไขปัญหาผลผลิตล้นตลาดในบางฤดูกาล จึงได้จัดฝึกอบรมหลักสูตร การแปรรูปไก่ประดู่หางดำ ในวันที่ 22-23 มีนาคม 2561 ณ ศูนย์พัฒนาอุตสาหกรรมปศุสัตว์ กองส่งเสริม และพัฒนาการปศุสัตว์ กรมปศุสัตว์ ซึ่งวิทยากรผู้ให้ความรู้ได้แก่ คุณวุฒิชัย ลัดเครือ และ คุณกันยวิชัย กันจินะ นักวิทยาศาสตร์ปฏิบัติการ กลุ่มพัฒนาอุตสาหกรรมเนื้อสัตว์ และทีมงานจากศูนย์พัฒนาอุตสาหกรรมปศุสัตว์

โดยเกษตรกรได้รับความรู้เกี่ยวกับเรื่องวิทยาศาสตร์ทฤษฎีการแปรรูปเนื้อสัตว์ปีกตามมาตรฐานกรมปศุสัตว์ การตัดแต่งซากไก่ และการลงมือปฏิบัติในการแปรรูป และวิธีการบรรจุผลิตภัณฑ์การแปรรูป ซึ่งเกษตรกรได้ผลิตภัณฑ์จากไก่ประดู่หางดำ จำนวน 4 ชนิด ได้แก่ ไก่เนื้สมุนไพรมะขาม ไก่ต้มยำปลา ไก่ย่าง และไก่รมควัน เป็นต้น ซึ่งปัจจัยสำคัญของการแปรรูปผลิตภัณฑ์ คือ เป็นผลิตภัณฑ์ที่เกษตรกรสามารถบริหารจัดการได้ด้วยตนเอง หรือการรวมกลุ่มดำเนินงานที่ทำให้เกิดรายได้ให้แก่เกษตรกรอย่างเป็นรูปธรรม และมีหลักการวางแผนการผลิตที่คำนึงถึงปัจจัยแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ความต้องการของลูกค้า คุณภาพของสินค้า รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีความทันสมัย และสะดวกในการรับประทานของผู้บริโภคที่สอดคล้องกับการดำเนินชีวิตในปัจจุบันของผู้บริโภค



ภาพที่ 20 การฝึกอบรมแปรรูปผลิตภัณฑ์จากไก่ประดู่หางดำ ณ ศูนย์พัฒนาอุตสาหกรรมปศุสัตว์ กองส่งเสริม และพัฒนาการปศุสัตว์ กรมปศุสัตว์ (22-23 มีนาคม 61)

3. โครงการได้นำเกษตรกรศึกษาดูงาน การเลี้ยงการจัดการไก่ประดู่หางดำ วันที่ 26 – 28 กุมภาพันธ์ 2562 เป็นเวลา 3 วัน 2 แห่ง ได้แก่ กลุ่มเกษตรกรเลี้ยงไก่ประดู่หางดำบ้านหลวง อำเภอมองทอง จังหวัดเชียงใหม่ และ กลุ่มเกษตรกรอำเภอนาโพธิ์จังหวัดเชียงราย

โดยเกษตรกรได้เรียนรู้การสร้างโรงเรือนที่ถูกต้อง การใช้ตู้ฟักไข่ การกกลูกไก่โดยใช้แก๊ส การใช้เครื่องผสมอาหาร การออกแบบถังอาหารไก่โดยให้ไก่กินแล้วมีการสูญเสียอาหารน้อย ระบบการให้น้ำอัตโนมัติ แผนการผลิตและการขุนไก่ของกลุ่มเกษตรกร การทำตลาด



ภาพที่ 21 การศึกษาดูงานการเลี้ยงการจัดการไก่ประดู่หางดำ จังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดเชียงราย

กิจกรรมที่ 13 กิจกรรมการแปรรูป และการตลาด

โครงการฯ ได้ร่วมกับเกษตรกรได้ทำการทดลองแปรรูปผลิตภัณฑ์จากไก่ประดู่หางดำ จำนวน 4 ชนิด ได้แก่ ไก่เนื้อสมุนไพร ไก่ต้มยำปลา ไก่รมควัน และไก่ย่าง เพื่อนำไปทดสอบความต้องการของผู้บริโภคในท้องถิ่น และนักท่องเที่ยว โดยคำนึงถึงคุณภาพของสินค้า และสะดวกต่อการรับประทานของผู้บริโภคที่สอดคล้องกับการดำเนินชีวิตในปัจจุบัน โดยมีวัตถุประสงค์ และกรรมวิธีการทำผลิตภัณฑ์ ดังนี้

1. ไก่เนื้อสมุนไพร เป็นอาหารพื้นบ้านของภาคเหนือซึ่งมีความเผ็ดร้อน และประกอบด้วยสมุนไพรมากมาย สามารถรับประทานได้ทั้งข้าวเหนียว และข้าวสวย ขั้นตอนวิธีทำมีดังนี้คือ นำไก่ประดู่หางดำที่เตรียมไว้มาทาไก่ด้วยซีอิ๊วดำ และน้ำมันหอย เพื่อเพิ่มรสชาติ และสีส้มของเนื้อไก่ จากนั้นนำพริกแห้ง กระเทียม หอมแดง ตะไคร้ ข่า ใบมะกรูด ขมิ้น รากผักชี กะปิ ผงชูรส มาตำเข้าด้วยกัน และเติมน้ำเล็กน้อย ต่อจากนั้นนำส่วนผสมทาตัวไก่ให้ทั่ว และหมักทิ้งไว้ประมาณ 1 ชั่วโมง เพื่อให้ส่วนผสมซึมเข้าตัวไก่ และนำไก่ที่หมักไว้ไปนึ่งประมาณ 45 นาที โดยใช้ไฟปานกลาง

ส่วนประกอบ	ปริมาณ	ส่วนประกอบ	ปริมาณ
1. ไก่ประดู่หางดำ	1 ตัว (น้ำหนักประมาณ 1-1.5 กิโลกรัม)	8. รากผักชี	25 กรัม
2. พริกแห้ง	15 กรัม	9. ใบมะกรูด	60 กรัม
3. หอมแดง	60 กรัม	10. กะปิ	60 กรัม
4. ตะไคร้ซอย	120 กรัม	11. น้ำปลา	5 กรัม
5. กระเทียม	60 กรัม	11. ผงชูรส	30 กรัม
6. ข่า	30 กรัม	12. ซีอิ๊วดำ	สำหรับทาตัวไก่
7. ขมิ้น	50 กรัม	13. น้ำมันหอย	สำหรับทาตัวไก่

2. ไก่ต้มยำปลา เป็นอาหารที่รับประทานได้ทุกวัย และมีขั้นตอนวิธีทำที่ไม่ซับซ้อน โดยล้างไก่ให้สะอาด นำซีอิ๊วดำ ทาบนตัวไก่ให้ทั่ว จากนั้นนำส่วนผสมที่เตรียมไว้ใส่ในหม้อ แล้วคนให้เข้ากัน จากนั้นนำไก่ใส่ในหม้อ จุดแก๊ส ต้มจนสุก ใช้เวลาในการต้มประมาณ 30-45 นาที (ใช้ไฟปานกลาง)

ส่วนประกอบ	ปริมาณ	ส่วนประกอบ	ปริมาณ
1. ไข่ประดู่หางดำ	1 ตัว (น้ำหนักประมาณ 1-1.5 กิโลกรัม)	5. เกลือ	10 กรัม
2. น้ำสะอาด	2 กิโลกรัม	6. ผงชูรส	5 กรัม
3. น้ำปลา	100 กรัม	7. ใบเตย	1 มัด
4. น้ำตาล	15 กรัม	8. ซีอิ๊วดำ	สำหรับทาตัวไก่

3. ไก่รมควัน มีขั้นตอนการทำโดยแบ่งน้ำเป็น 2 ส่วน ละลายไนโตรเจนฟอสเฟต ในน้ำคนจนละลายหมด อีกส่วนหนึ่ง ละลายเกลือแกง, น้ำตาลทราย ผงเพร็ก และผงชูรส คนจนละลาย จากนั้นเทพสมกัน จากนั้นนำไก่เรียงใส่ภาชนะ หรือถาดพลาสติก เทส่วนผสมทั้งหมด ให้ท่วมตัวไก่ จากนั้นปิด หรือมัดปากถุงให้แน่น นำไปแช่ตู้เย็น หรือถ้ำน้ำแข็ง (อุณหภูมิ 4 องศาเซลเซียส) เป็นเวลา 8 ชั่วโมง นำไก่ที่แช่น้ำบดมาทำการรมควัน โดยใช้ซานอ้อย โดยสีในการรมควันความเข้มตามต้องการ จากนั้นนำไก่ที่รมควันไปนึ่งประมาณ 30 นาที และไม่ควรใช้ไฟแรง

ส่วนประกอบ	ปริมาณ	ส่วนประกอบ	ปริมาณ
1. ไข่ประดู่หางดำ	1 ตัว (น้ำหนักประมาณ 1-1.5 กิโลกรัม)	4. น้ำตาลทรายขาว	25 กรัม
2. น้ำสะอาด	500 กรัม	5. เกลือแกง	10 กรัม
3. ไนโตรเจน ฟอสเฟต	15 กรัม	6. ผงชูรส	10 กรัม
		7. ผงเพร็ก (เกลือไนไตรท์)	15 กรัม

4. ไก่ย่าง เป็นอาหารยอดนิยม ที่สามารถรับประทานเป็นอาหารจานหลัก และทานเป็นอาหารเรียกน้ำย่อย ในการทำไก่ย่างมีวิธี ดังนี้ ตวงน้ำเปล่าใส่ภาชนะที่เตรียมไว้ (ควรเป็นภาชนะที่ใหญ่ เนื่องจากเวลาเอาไก่ใส่ น้ำจะล้นออก) นำเมล็ดผักชี กระเทียม พริกไทย มาโคลกละเอียด แล้วนำไปใส่น้ำที่เตรียมไว้ นำเกลือกับซีอิ๊วขาวใส่น้ำที่เตรียมไว้ แล้วคนให้เข้ากัน (จนเกลือละลาย) นำไก่ลงไปหมักเป็นเวลา 5 ชั่วโมง แล้วจึงนำมาย่างได้

ส่วนประกอบ	ปริมาณ	ส่วนประกอบ	ปริมาณ
1. ไข่ประดู่หางดำ	1 ตัว (น้ำหนักประมาณ 1-1.5 กิโลกรัม)	4. เมล็ดผักชี	25 กรัม
2. น้ำสะอาด	0.8 กิโลกรัม	5. พริกไทยป่น	40 กรัม
3. เกลือแกง	20 กรัม	6. กระเทียม	60 กรัม

การวิเคราะห์ต้นทุน และผลตอบแทนการแปรรูปไข่ประดู่หางดำ

1. ไก่หนึ่งสมุนไพรร

การวิเคราะห์ต้นทุน และผลตอบแทนในการแปรรูปไก่หนึ่งสมุนไพรร พบว่า การแปรรูปไข่ประดู่หางดำหนึ่งสมุนไพรร มีต้นทุนทั้งสิ้น 3,022 บาท คิดเป็นต้นทุนเฉลี่ย 75.56 บาทต่อชิ้น โดยค่าใช้จ่ายหลัก คือ ค่าไข่ประดู่หางดำ (ซากอ่อน) ร้อยละ 80.07 และมีผลตอบแทนจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ จำนวน 40 ชิ้น คิดเป็นมูลค่า 4,800 บาท (ไม่ได้คิดผลตอบแทนจากการจำหน่ายชิ้นส่วนที่เหลือจากการแปรรูป) ซึ่งเกษตรกรจะมีกำไรสุทธิ จำนวน 1,778 บาท

ตารางที่ 28 ต้นทุนผลตอบแทนไก่หนึ่งสมุนไพรร

ลำดับ	รายการ	มูลค่า (บาท)	ร้อยละ
ต้นทุน			
1	ไก่ประดู่หางดำ 20 ตัว (40 ซีน) น้ำหนัก 1.1 กิโลกรัมๆ 110 บาท	2,420	80.07
2	เครื่องปรุง	482.2	15.96
3	ถุงสุญญากาศ	80	2.65
4	สติ๊กเกอร์	40	1.32
ต้นทุนรวม*		3,022	100.00
ต้นทุน (บาท/ซีน)		75.56	
ผลตอบแทน			
1	ไก่นึ่งสมุนไพร จำนวน 40 ซีนๆ ละ 120 บาท	4,800	
กำไรสุทธิ**		1,778	
กำไร (บาท/ซีน)		44.45	

หมายเหตุ *ไม่คิดค่าแรงงาน และค่าพลังงานเชื้อเพลิง

**หัวไก่ คอไก่ และเครื่องใน ไม่ได้คำนวณในผลตอบแทนที่เกษตรกรควรได้รับ

2. ไก่ดม่น้ำปลา

การวิเคราะห์ต้นทุน และผลตอบแทนในการแปรรูปไก่ดม่น้ำปลา พบว่า การแปรรูปไก่ประดู่หางดำดม่น้ำปลา มีต้นทุนทั้งสิ้น 2,643 บาท โดยค่าใช้จ่ายหลัก คือ ค่าไก่ประดู่หางดำ (ซากอุ่น) ร้อยละ 91.58 และมีผลตอบแทนจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ จำนวน 40 ซีน คิดเป็นมูลค่า 4,000 บาท (ในที่ยังไม่ได้คิดผลตอบแทนจากการจำหน่ายชิ้นส่วนที่เหลือจากการแปรรูป และไม่คำนวณต้นทุนค่าแรงงาน และค่าพลังงานเชื้อเพลิง) ซึ่งเกษตรกรจะมีกำไรสุทธิ จำนวน 1,358 บาท

ตารางที่ 29 ต้นทุนผลตอบแทนไก่ดม่น้ำปลา

ลำดับ	รายการ	มูลค่า (บาท)	ร้อยละ
ต้นทุน			
1	ไก่ประดู่หางดำ 20 ตัว (40 ซีน) น้ำหนัก 1.1 กิโลกรัมๆ 110 บาท	2,420	91.58
2	เครื่องปรุง	102.5	3.88
3	ถุงสุญญากาศ	80	3.03
4	สติ๊กเกอร์	40	1.51
ต้นทุนรวม*		2,643	100.00
ต้นทุน (บาท/ซีน)		66.06	
ผลตอบแทน			
1	ไก่ดม่น้ำปลา จำนวน 40 ซีนๆ ละ 100 บาท	4,000	
กำไรสุทธิ**		1,358	
กำไร (บาท/ซีน)		33.94	

หมายเหตุ *ไม่คิดค่าแรงงาน และค่าพลังงานเชื้อเพลิง

**หัวไก่ คอไก่ และเครื่องใน ไม่ได้คำนวณในผลตอบแทนที่เกษตรกรควรได้รับ

3. ไก่รมควัน

การวิเคราะห์ต้นทุน และผลตอบแทนในการแปรรูปไก่ต้มน้ำปลา พบว่า การแปรรูปไก่ประดู่หางดำต้มน้ำปลา มีต้นทุนทั้งสิ้น 2,657 บาท โดยค่าใช้จ่ายหลัก คือ ค่าไก่ประดู่หางดำ (ซากอุ่น) ร้อยละ 91.58 และมีผลตอบแทนจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ จำนวน 40 ชิ้น คิดเป็นมูลค่า 4,800 บาท (ในที่ยังไม่ได้คิดผลตอบแทนจากการจำหน่ายชิ้นส่วนที่เหลือจากการแปรรูป และไม่คำนวณต้นทุนค่าแรงงาน และค่าพลังงานเชื้อเพลิง) ซึ่งเกษตรกรจะมีกำไรสุทธิ จำนวน 2,143 บาท

ตารางที่ 30 ต้นทุนผลตอบแทนไก่รมควัน

ลำดับ	รายการ	มูลค่า (บาท)	ร้อยละ
ต้นทุน			
1	ไก่ประดู่หางดำ 20 ตัว (40 ชิ้น) น้ำหนัก 1.1 กิโลกรัมๆ 110 บาท	2,420	91.58
2	เครื่องปรุง	117.4	4.44
3	ถุงสุญญากาศ	80	3.03
4	สติ๊กเกอร์	40	1.51
ต้นทุนรวม*		2,657	100.00
ต้นทุน (บาท/ชิ้น)		66.44	
ผลตอบแทน			
1	ไก่รมควัน จำนวน 40 ชิ้นๆ ละ 120 บาท	4,800	
กำไรสุทธิ**		2,143	
กำไร (บาท/ชิ้น)		53.57	

หมายเหตุ *ไม่คิดค่าแรงงาน และค่าพลังงานเชื้อเพลิง

**หัวไก่ คอไก่ และเครื่องใน ไม่ได้คำนวณในผลตอบแทนที่เกษตรกรควรได้รับ

4. ไก่ย่าง

การวิเคราะห์ต้นทุน และผลตอบแทนในการแปรรูปไก่ต้มน้ำปลา พบว่า การแปรรูปไก่ประดู่หางดำต้มน้ำปลา มีต้นทุนทั้งสิ้น 3,166 บาท โดยค่าใช้จ่ายหลัก คือ ค่าไก่ประดู่หางดำ (ซากอุ่น) ร้อยละ 76.44 และมีผลตอบแทนจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ จำนวน 40 ชิ้น คิดเป็นมูลค่า 4,800 บาท (ในที่ยังไม่ได้คิดผลตอบแทนจากการจำหน่ายชิ้นส่วนที่เหลือจากการแปรรูป และไม่คำนวณต้นทุนค่าแรงงาน และค่าพลังงานเชื้อเพลิง) ซึ่งเกษตรกรจะมีกำไรสุทธิ จำนวน 1,634 บาท

ตารางที่ 31 ต้นทุนผลตอบแทนไถ่อย่าง

ลำดับ	รายการ	มูลค่า (บาท)	ร้อยละ
ต้นทุน			
1	ไถ่ประดู่หางดำ 20 ตัว (40 ชั้ว) น้ำหนัก 1.1 กิโลกรัมๆ 110 บาท	2,420	76.44
2	เครื่องปรุง	626	19.77
3	ถุงสุญญากาศ	80	2.53
4	สติ๊กเกอร์	40	1.26
ต้นทุนรวม*		3,166	100.00
ต้นทุน (บาท/ชิ้น)		79.15	
ผลตอบแทน			
1	ไถ่อย่าง จำนวน 40 ชั้วๆ ละ 120 บาท	4,800	
กำไรสุทธิ**		1,634	
กำไร (บาท/ชิ้น)		40.85	

หมายเหตุ *ไม่คิดค่าแรงงาน และค่าพลังงานเชื้อเพลิง

**หัวไถ่ คอไถ่ และเครื่องใน ไม่ได้คำนวณในผลตอบแทนที่เกษตรกรควรได้รับ

เปรียบเทียบต้นทุนผลตอบแทนเบื้องต้นจากการแปรรูปผลิตภัณฑ์

จากการเปรียบเทียบต้นทุนผลตอบแทนเบื้องต้นในการแปรรูปผลิตภัณฑ์ชนิดต่างๆ และไถ่มีชีวิต จะเห็นว่า การแปรรูปผลิตภัณฑ์สามารถสร้างอัตรากำไรสุทธิเพิ่มขึ้นจากไถ่มีชีวิตเฉลี่ย 148.83% โดย ไถ่รวมควันมีอัตรากำไรสุทธิเบื้องต้นสูงสุด (80.61%) รองลงมาคือ ไถ่หนึ่งสมุนไพร ไถ่อย่าง และไถ่ดม้น้ำปลา คิดเป็นร้อยละ 58.81, 51.61 และ 51.38 ตามลำดับ

ตารางที่ 32 เปรียบเทียบต้นทุนผลตอบแทนเบื้องต้นจากการแปรรูปผลิตภัณฑ์

รายการ	ไถ่มีชีวิต	ไถ่หนึ่งสมุนไพร	ไถ่ดม้น้ำปลา	ไถ่รวมควัน	ไถ่อย่าง
วัตถุดิบไถ่สดน้ำหนักเฉลี่ย (กก./ตัว)	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1
ต้นทุน (บาท/ชิ้น)	80.97	75.56	66.06	66.44	79.15
จำนวนชิ้น/ตัว	1	2	2	2	2
ผลตอบแทน (บาท/ชิ้น)	110	120	100	120	120
กำไร (บาท/ชิ้น)	29.03	44.44	33.94	53.56	40.85
อัตรากำไรสุทธิเบื้องต้น (%)	35.85	58.81	51.38	80.61	51.61
ผลพลอยได้ที่ยังไม่ได้คำนวณต้นทุน		หัวไถ่ คอไถ่	หัวไถ่ คอไถ่	หัวไถ่ คอไถ่	หัวไถ่ คอไถ่
ผลตอบแทน		และเครื่องใน	และเครื่องใน	และเครื่องใน	และเครื่องใน



ภาพที่ 22 กิจกรรมการทดสอบแปรรูปผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเกษตรกร (7-8 เมษายน 61)

กิจกรรมที่ 14 ทดสอบผลิตภัณฑ์ ที่ตอบสนองความต้องการผู้บริโภคเป้าหมาย

โครงการฯ ได้เล็งเห็นว่าความต้องการของผู้บริโภคไก่ประดู่หางดำ จึงได้เกิดแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากไก่ประดู่หางดำเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยมีวิธีการศึกษา นำไก่ประดู่หางดำที่มีอายุ และน้ำหนักพร้อมจำหน่าย (12 สัปดาห์ น้ำหนัก 1.4 กิโลกรัม) นำไปปรุงเป็นผลิตภัณฑ์ 4 ชนิด ประกอบด้วย ไก่ต้มสมุนไพร ไก่รมควัน ไก่ต้มน้ำปลา และไก่ย่าง ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่สำเร็จรูปสะดวกต่อการรับประทานของผู้บริโภค และได้ทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม โดยมีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษารั้งนี้ คือ กลุ่มผู้บริโภคในท้องถิ่น ณ ตลาดนัดช่วงเช้าวันจันทร์ และตลาดนัดช่วงเย็นของเทศบาลตำบลเวียงใต้ อำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน ในวันที่ 23 เมษายน 2561 จำนวน 165 ตัวอย่าง ซึ่งผลจากการศึกษาสามารถแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภค

จากการเก็บข้อมูลของผู้บริโภคจำนวน 165 ราย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 113 ราย ร้อยละ 68.5 มีอายุอยู่ในช่วง 51 - 60 ปี จำนวน 50 ราย ร้อยละ 30.3 อายุเฉลี่ย 46.42 ปี จบการศึกษาในระดับชั้นประถมศึกษา จำนวน 67 ราย ร้อยละ 40.6 รองลงมาจบชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือปวช. จำนวน 42 ราย ร้อยละ 25.5 ส่วนใหญ่มีอาชีพค้าขาย ร้อยละ 60.0 รองลงมามีอาชีพรับจ้าง ร้อยละ 15.8 มีเงินเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 33.9 รองลงมามีเงินเดือน 10,000 - 19,999 บาท ร้อยละ 32.1 มีสมาชิกในครัวเรือน 3-4 คน ร้อยละ 71.5 เฉลี่ย 4 คน

ตารางที่ 33 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (N=165)	ร้อยละ	ค่าสถิติ
เพศ			
ชาย	52	31.5	
หญิง	113	68.5	
อายุ (ปี)			
น้อยกว่า 31	25	15.2	Min= 25 ปี
31-40	31	18.8	Max = 69 ปี
41-50	37	22.4	Mean = 46.42 ปี
51-60	50	30.3	
มากกว่า 60	22	13.3	
ระดับการศึกษา			
ประถมศึกษา	67	40.6	
มัธยมศึกษาตอนต้น	11	6.7	
มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือปวช.	42	25.5	
ปวส.	15	9.1	
ปริญญาตรี	25	15.2	
สูงกว่าปริญญาตรี	5	3.0	
อาชีพ			
รับจ้าง	26	15.8	
พนักงานเอกชน/ รัฐวิสาหกิจ	10	6.1	
เกษตรกร	15	9.1	
ข้าราชการ	5	3.0	
ค้าขาย	99	60.0	
อื่นๆ	10	6.1	

ตารางที่ 32

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (N=165)	ร้อยละ	ค่าสถิติ
เงินเดือน (บาท)			
น้อยกว่า 10,000	56	33.9	
10,000-19,999	53	32.1	
20,000-29,999	52	31.5	
มากกว่า 49,999	4	2.4	
สมาชิกครัวเรือน (คน)			
1-2	31	18.8	Min= 1 คน
3-4	118	71.5	Max = 9 คน
5-6	11	6.7	Mean = 4 คน
มากกว่า 6	5	3.0	

2. การรู้จักไก่ประดู่หางดำเบื้องต้น (ก่อนชิมผลิตภัณฑ์)

จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนแล้ว 165 ราย เคยบริโภคไก่ ประดู่หางดำจำนวน 68 ราย ร้อยละ 41.2 ซึ่งในจำนวนนี้มีความเห็นว่าเนื้อไก่ประดู่หางดำมีความเหนียวนุ่ม และมีรสชาติอร่อย สำหรับในด้านราคาของไก่ประดู่หางดำผู้บริโภคร้อยละ 69.1 เห็นว่ามีราคาถูกหาซื้อได้สะดวก

ตารางที่ 34 การรู้จักไก่ประดู่หางดำเบื้องต้น (ก่อนชิมผลิตภัณฑ์)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
การรู้จักไก่ประดู่หางดำ		
เคยบริโภคไก่ประดู่หางดำ	68	41.2
ไม่เคยบริโภคไก่ประดู่หางดำ	97	58.8
ความแน่นนุ่มของเนื้อสัมผัส		
รสชาติความอร่อยของเนื้อไก่ประดู่หางดำ	68	
ราคาไก่ประดู่หางดำ		
ถูก	47	69.12
แพง	21	30.88
สถานที่จำหน่าย		
สะดวก	53	77.94
ไม่สะดวก	15	22.06

3. ความพึงพอใจที่มีต่อการทดสอบชิมผลิตภัณฑ์แปรรูปจากไก่ประดู่หางดำ (หลังจากชิมผลิตภัณฑ์)

การวิเคราะห์ข้อมูล ความพึงพอใจที่มีต่อการทดสอบชิมผลิตภัณฑ์แปรรูปจากไก่ประดู่หางดำ และปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ ใช้อัตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ของ Likert scale question โดยกำหนดคะแนนเป็น 5 ระดับ จากมากไปหาน้อย คือ 5,4,3,2,1 แทนคำตอบระดับมากที่สุด ระดับมาก ระดับปานกลาง ระดับน้อย และระดับน้อยที่สุด ตามลำดับ (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2548)

ค่าคะแนนเฉลี่ย	ความหมายค่าคะแนนเฉลี่ย
4.50-5.00	พึงพอใจ/มีผลระดับมากที่สุด
3.50-4.49	พึงพอใจ/มีผลในระดับมาก
2.50-3.49	พึงพอใจ/มีผลในระดับปานกลาง
1.50-2.49	พึงพอใจ/มีผลในระดับน้อย
1.00-1.49	พึงพอใจ/มีผลในระดับน้อยที่สุด

หลังจากนั้นจะให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้ชิมผลิตภัณฑ์ที่แปรรูปจากเนื้อไก่ประดู่หางดำจำนวน 4 ชนิดประกอบด้วย ไก่หนึ่งสมุนไพรร ไก่ต้มน้ำปลา ไก่ย่าง และไก่รมควัน จากนั้นจะสอบถามความพึงพอใจของผู้บริโภคหลังชิมผลิตภัณฑ์แล้ว

การวิเคราะห์ความพึงพอใจ

ความพึงพอใจที่มีต่อการทดสอบชิมผลิตภัณฑ์ไก่หนึ่งสมุนไพรรภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.50 โดยให้ความสำคัญเรื่องรสชาติ (ความอร่อย) และความแน่นนุ่มของเนื้อไก่ประดู่หางดำ (ไม่ยุ่ย) อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.59 และ 4.55) ความชุ่มฉ่ำของเนื้อไก่ประดู่หางดำ อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.94)

ตารางที่ 35 ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ไก่หนึ่งสมุนไพรร

ผลิตภัณฑ์ไก่หนึ่งสมุนไพรร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์แปรรูป
รสชาติ (ความอร่อย)	4.59	0.67	มากที่สุด
ความแน่นนุ่มของเนื้อไก่ประดู่หางดำ (ไม่ยุ่ย)	4.55	0.46	มากที่สุด
ความชุ่มฉ่ำของเนื้อไก่ประดู่หางดำ	4.37	0.47	มาก
รวม	4.50	0.53	มากที่สุด

ความพึงพอใจที่มีต่อการทดสอบชิมผลิตภัณฑ์ไก่ต้มน้ำปลา ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.98 โดยให้ความสำคัญเรื่องรสชาติ (ความอร่อย) ความแน่นนุ่มของเนื้อไก่ประดู่หางดำ (ไม่ยุ่ย) และ ความชุ่มฉ่ำของเนื้อไก่ประดู่หางดำ อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.03, 3.97 และ 3.94 ตามลำดับ)

ตารางที่ 36 ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ไก่ต้มน้ำปลา

ผลิตภัณฑ์ไก่ต้มน้ำปลา	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ความพึงพอใจต่อ ผลิตภัณฑ์แปรรูป
รสชาติ (ความอร่อย)	4.03	0.65	มาก
ความแน่นนุ่มของเนื้อไก่ประคูดู่หางดำ (ไม่ยุ่ย)	3.97	0.65	มาก
ความชุ่มฉ่ำของเนื้อไก่ประคูดู่หางดำ	3.94	0.62	มาก
รวม	3.98	0.64	มาก

ความพึงพอใจที่มีต่อการทดสอบชิมผลิตภัณฑ์ไก่ย่าง ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.12 โดยให้ความสำคัญเรื่องรสชาติ (ความอร่อย) ความแน่นนุ่มของเนื้อไก่ประคูดู่หางดำ (ไม่ยุ่ย) และ ความชุ่มฉ่ำของเนื้อไก่ประคูดู่หางดำ อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.22, 4.09 และ 4.06 ตามลำดับ)

ตารางที่ 37 ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ไก่ย่าง

ผลิตภัณฑ์ไก่ย่าง	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ความพึงพอใจต่อ ผลิตภัณฑ์แปรรูป
รสชาติ (ความอร่อย)	4.22	0.66	มาก
ความแน่นนุ่มของเนื้อไก่ประคูดู่หางดำ (ไม่ยุ่ย)	4.09	0.59	มาก
ความชุ่มฉ่ำของเนื้อไก่ประคูดู่หางดำ	4.06	0.50	มาก
รวม	4.12	0.58	มาก

ความพึงพอใจที่มีต่อการทดสอบชิมผลิตภัณฑ์ไก่รมควัน ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.06 โดยให้ความสำคัญเรื่องรสชาติ (ความอร่อย) ความแน่นนุ่มของเนื้อไก่ประคูดู่หางดำ (ไม่ยุ่ย) และ ความชุ่มฉ่ำของเนื้อไก่ประคูดู่หางดำ อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.12 และ 4.03)

ตารางที่ 38 ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ไก่รมควัน

ผลิตภัณฑ์ไก่รมควัน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ความพึงพอใจต่อ ผลิตภัณฑ์แปรรูป
รสชาติ (ความอร่อย)	4.12	0.55	มาก
ความแน่นนุ่มของเนื้อไก่ประคูดู่หางดำ (ไม่ยุ่ย)	4.03	0.47	มาก
ความชุ่มฉ่ำของเนื้อไก่ประคูดู่หางดำ	4.03	0.47	มาก
รวม	4.06	0.50	มาก

เปรียบเทียบความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์แปรรูป 4 ชนิด

จากการเปรียบเทียบความพึงพอใจจะพบว่า ผู้บริโภคมักมีความพึงพอใจเฉลี่ยต่อไก่หนึ่งสมุนไพรมากที่สุด รองลงมาคือ ไก่ย่าง ไก่รมควัน และไก่ต้มน้ำปลา ตามลำดับ แต่เป็นที่น่าสังเกตว่า ไก่ต้มน้ำปลา ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อความแน่นนุ่มของเนื้อ และความชุ่มฉ่ำของเนื้อในระดับต่ำกว่าผลิตภัณฑ์ชนิดอื่น ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า มีผู้บริโภคบางส่วนที่พึงพอใจในระดับปานกลางค่อนข้างใกล้เคียงกับผู้บริโภคที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะอายุไก่ที่นำมาแปรรูปผลิตภัณฑ์ เป็นไก่อายุไม่มาก ทำให้

เนื้อนุ่มแน่นมากกว่าที่จะเหนียว ดังนั้น การทำเป็นไก่ต้มน้ำปลา จึงทำให้คุณภาพความแน่นของเนื้อลดน้อยลง นอกจากนี้ จากการที่ไก่พื้นเมืองประจวบคีรีขันธ์ เป็นไก่ที่มีไขมันต่ำกว่าไก่เนื้อเชิงพาณิชย์ทั่วไป เมื่อเวลานำไปทำอาหารที่มีน้ำเป็นส่วนประกอบ ไขมันในเนื้อจึงละลายเข้าสู่ส่วนผสม จึงทำให้เนื้อไก่มีความนุ่มน้อยลง

ดังนั้น เกษตรกรควรพิจารณาคุณภาพเนื้อไก่จากโภชนาการที่แท้จริง เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับลักษณะของเนื้อไก่ประจวบคีรีขันธ์ ที่ตอบสนองความพึงพอใจแก่ผู้บริโภค

ตารางที่ 39 เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์แปรรูป 4 ชนิด

การทดสอบ	ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักความพึงพอใจ			
	ไก่นึ่งสมุนไพร	ไก่ต้มน้ำปลา	ไก่ย่าง	ไก่อรมควัน
รสชาติความอร่อย	4.59	4.03	4.22	4.12
ความแน่นนุ่มของเนื้อ	4.55	3.97	4.09	4.03
ความชุ่มฉ่ำของเนื้อ	4.37	3.97	4.06	4.03
เฉลี่ยรวม	4.50	3.97	4.12	4.06

4. โอกาสทางการตลาดของผลิตภัณฑ์แปรรูปจากไก่ประจวบคีรีขันธ์

โอกาสทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากไก่ประจวบคีรีขันธ์ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.09 โดยให้ความสำคัญเรื่องความสะดวกของบรรจุภัณฑ์ในการบริโภค (นำไปอุ่นไมโครเวฟ) ขนาด/น้ำหนักบรรจุภัณฑ์ (น้ำหนักเฉลี่ย 350 กรัมต่อแพ็ค) และความเหมาะสมของบรรจุภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.19 4.05 และ 4.03 ตามลำดับ)

ตารางที่ 40 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากไก่ประจวบคีรีขันธ์ ด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์
1. ความเหมาะสมของบรรจุภัณฑ์	4.03	0.58	มาก
2. ขนาด/น้ำหนักบรรจุภัณฑ์ (น้ำหนักเฉลี่ย 350 กรัมต่อแพ็ค)	4.05	0.63	มาก
3. ความสะดวกของบรรจุภัณฑ์ในการบริโภค (นำไปอุ่นไมโครเวฟ)	4.19	0.55	มาก
รวม	4.09	0.59	มาก

โอกาสทางการตลาดราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากไก่ประจวบคีรีขันธ์ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.88 โดยให้ความสำคัญเรื่องความเหมาะสมของราคาผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย และมีป้ายบอกราคาชัดเจน อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96 และ 3.80 ตามลำดับ)

ตารางที่ 41 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากไก่ประดู่หางดำ ด้านราคา

ด้านราคา	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์
1. ความเหมาะสมของราคาผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย	3.96	0.62	มาก
2. มีป้ายบอกราคาชัดเจน	3.80	0.67	มาก
รวม	3.88	0.65	มาก

โอกาสทางการตลาดด้านสถานที่จัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากไก่ประดู่หางดำ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.84 โดยให้ความสำคัญเรื่องความเหมาะสมกับเวลาเปิดปิด ความเหมาะสมของสถานที่จัดจำหน่าย (หาง่าย สะดวกต่อการเดินทางไปซื้อ) และสถานที่จอดรถ อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88 3.87 และ 3.78 ตามลำดับ)

ตารางที่ 42 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากไก่ประดู่หางดำ ด้านสถานที่จัดจำหน่าย

ด้านสถานที่จัดจำหน่าย	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์
1. ความเหมาะสมของสถานที่จัดจำหน่าย (หาง่าย สะดวกต่อการเดินทางไปซื้อ)	3.87	0.61	มาก
2. ความเหมาะสมกับเวลาเปิดปิด	3.88	0.70	มาก
3. สถานที่จอดรถ	3.78	0.79	มาก
รวม	3.84	0.70	มาก

โอกาสทางการตลาดด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากไก่ประดู่หางดำ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.10 โดยให้ความสำคัญเรื่องแผ่นพับ/ใบปลิว การจัดตลาดชุมชน/ การออกบูธประชาสัมพันธ์ สื่อออนไลน์ / Website โครงการ และ Social media (Facebook / Line) อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.16 4.10 และ 4.09 ตามลำดับ)

ตารางที่ 43 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากไก่ประดู่หางดำ ด้านส่งเสริมการตลาด

ด้านส่งเสริมการตลาด	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์
1. แผ่นพับ/ใบปลิว	4.16	0.68	มาก
2. Spotวิทยุ / วิทยุชุมชน	4.06	0.67	มาก
3. สื่อออนไลน์ / Website โครงการ	4.09	0.64	มาก
4. Social media (Facebook / Line)	4.09	0.64	มาก
5. อื่นๆ เช่น การจัดตลาดชุมชน/ การออกบูธประชาสัมพันธ์	4.10	0.69	มาก
รวม	4.10	0.66	มาก

สรุปโอกาสทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ไก่ประดู่หางดำ

จากค่าคะแนนถ่วงน้ำหนักปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ไก่ประดู่หางดำ จะเห็นว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์มากที่สุด คือ การรับรู้ของผู้บริโภค และความสะดวกในการบริโภค โดยการสร้างการรับรู้ของผู้บริโภคจากการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ ได้แก่ แผ่นพับ/ใบปลิว รองลงมาคือการแสดงผลิตภัณฑ์เชิงประจักษ์ หรือการชิมผลิตภัณฑ์ ส่วนปัจจัยอื่นๆ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรองลงมา

ดังนั้น หากเกษตรกรพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูป ปัจจัยที่จะต้องคำนึงมากที่สุด คือ แหล่งจำหน่าย ที่จะต้องทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว และมีระยะเวลาจำหน่ายนาน (เช่น 7-11 หรือร้านสะดวกซื้อเปิด 24 ชั่วโมง ในปั๊มน้ำมันต่างๆ เป็นต้น) นอกจากนี้ การบรรจุภัณฑ์ที่สามารถบริโภคได้สะดวก หรือใส่ไมโครเวฟได้ ซึ่งเป็นวิธีการบริโภคปกติของผู้บริโภคในปัจจุบัน มีน้ำหนัก และราคา พร้อมรับประทาน จะสร้างโอกาสทางการตลาดให้แก่ผลิตภัณฑ์ไก่ประดู่หางดำได้เป็นอย่างดี

ตารางที่ 44 เปรียบเทียบปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์

ปัจจัยการตลาด	ค่าคะแนนถ่วงน้ำหนักปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์	โอกาสทางการตลาด
ด้านผลิตภัณฑ์	4.09	มาก
ด้านราคา	3.88	มาก
ด้านสถานที่จัดจำหน่าย	3.84	มาก
ด้านการตลาด	4.10	มาก
เฉลี่ย	4.00	มาก



ภาพที่ 23 ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากไก่ประดู่หางดำ 4 เมนู



ภาพที่ 24 จัดนิทรรศการนัดช่วงเช้าวันจันทร์ ตำบลเวียงใต้ อ.ปาย จ.แม่ฮ่องสอน (23 เมษายน 61)



ภาพที่ 25 จัดนิทรรศการนัดช่วงเย็นของเทศบาล ตำบลเวียงใต้ อ.ปาย จ.แม่ฮ่องสอน (23 เมษายน 61)

กิจกรรมที่ 15 พัฒนาการตลาด สร้าง Brand โลโก้ ที่เป็นเอกลักษณ์ สื่อถึงผลิตภัณฑ์ที่วางจำหน่าย และแผนการตลาด

ภายใต้สถานการณ์การแข่งขันที่รุนแรงในปัจจุบัน ตราสินค้า หรือแบรนด์ (Brand) ถือเป็นสิ่งที่มีบทบาท และมีความสำคัญต่อความอยู่รอดของธุรกิจ ซึ่งจะเห็นได้ว่าปัจจุบันสินค้าในท้องตลาดได้เพิ่มขึ้นจำนวนมาก อีกทั้งยังมีให้เลือกมากมายหลายประเภท หรือแม้แต่สินค้าประเภทเดียวกันต่างก็มีผู้ผลิตหลายรายด้วยเหตุนี้ผู้ผลิตหรือเกษตรกรจึงมีความจำเป็นที่จะต้องสร้างสัญลักษณ์เพื่อเป็นตัวแทนของสินค้าหรือเอกลักษณ์เฉพาะตัวเพื่อให้สินค้ามีความแตกต่าง และโดดเด่นจากสินค้าอื่น และให้ผู้บริโภคสามารถรับรู้และจดจำข้อมูลสินค้าได้ง่ายขึ้น

ซึ่งโครงการได้เล็งเห็นความสำคัญของการสร้างตราสินค้า ที่จะทำให้สินค้ามีความน่าเชื่อถือ และมีความน่าสนใจมากขึ้น ซึ่งผู้บริโภคมีความรู้สึกว่าการปราศจากความเสี่ยงจากการบริโภคสินค้า เนื่องจากการสร้างแบรนด์นั้นมีการตรวจสอบคุณภาพสินค้าอย่างสม่ำเสมอ และที่สำคัญแบรนด์จะทำให้ผู้บริโภคจดจำสินค้าได้ง่ายขึ้น ดังนั้นโครงการจึงร่วมหารือกับเกษตรกรทำการศึกษา และออกแบบตราสินค้า โดยมี

เกษตรกรในกลุ่มเข้าร่วม จำนวน 10 ราย มติในที่ประชุมจะใช้รูปที่สื่อถึงความเป็นเอกลักษณ์ของไก่ประดู่หางดำ และสื่อถึงความเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดแม่ฮ่องสอน ที่ทุกฤดูกาลจะมีอากาศเย็น และมีหมอกในตอนเช้า เพื่อเป็นตราสินค้า และมีข้อความไก่ประดู่หางดำเมืองสามหมอกกำกับ เพื่อแสดงถึงถิ่นที่มา เพื่อสร้างความแตกต่าง และผู้บริโภคเกิดความมั่นใจในผลิตภัณฑ์ที่ส่งตรงจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค ตลอดจนสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้



ภาพที่ 26 แบนด์ และ โลโก้ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ประดู่หางดำ จังหวัดแม่ฮ่องสอน

กิจกรรมที่ 16 พัฒนาผลิตภัณฑ์ ที่มีศักยภาพทางการตลาด

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการแปรรูปผลิตภัณฑ์ไก่พื้นเมือง

จากการสอบถามความพึงพอใจหลังการชิมผลิตภัณฑ์ไก่ประดู่หางดำ และสอบถามโอกาสด้านการตลาด สรุปได้ว่า ผู้บริโภคพึงพอใจในไก่นึ่งสมุนไพรมากที่สุด รองลงมาคือ ไก่ย่าง และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อนอกจากแหล่งจำหน่าย คือ ผลิตภัณฑ์ที่จะต้องง่ายต่อการปรุงสุก (การเข้าไมโครเวฟ) ฉะนั้นบรรจุภัณฑ์จึงเป็นปัจจัยหนึ่งในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จะต้องให้ความสำคัญ

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการแปรรูปผลิตภัณฑ์ไก่พื้นเมืองเพื่อการเพิ่มมูลค่า และขยายโอกาสทางการตลาด โดยโครงการฯ ได้ทำการพัฒนาผลิตภัณฑ์และทดสอบผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพทางการตลาด เพื่อเพิ่มมูลค่าและขยายโอกาสทางการตลาด โดยได้รับความอนุเคราะห์จากโรงงานแปรรูปเนื้อสัตว์ กรมปศุสัตว์ ในการทำผลิตภัณฑ์ไก่สดแช่แข็ง การแปรรูปไก่นึ่งสมุนไพร และไก่ย่าง ซึ่งได้ทำการทดสอบ สูตรการผลิต ขั้นตอนและกระบวนการผลิต ที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

ตารางที่ 45 ผลิตภัณฑ์ และมูลค่าของผลิตภัณฑ์แปรรูปจากไก่ประดู่หางดำ

รายการผลิตภัณฑ์	มูลค่า (บาท)	ขนาดบรรจุภัณฑ์
ไก่สดแช่แข็ง (ทั้งตัว)	168-210	1.2-1.5 กิโลกรัม
1. ไก่นึ่งสมุนไพร (ครึ่งตัว)	100	600 กรัม
2. ไก่ย่าง (ครึ่งตัว)	100	450 กรัม



ภาพที่ 27 ผลิตภัณฑ์ไก่สดแช่แข็งของกลุ่มเกษตรกร



ภาพที่ 28 ผลิตภัณฑ์ไก่สดแช่แข็งของกลุ่มเกษตรกร



ภาพที่ 29 ผลิตภัณฑ์ไก่สดแช่แข็งของกลุ่มเกษตรกร





ภาพที่ 30 ผลิตภัณฑ์แปรรูปของกลุ่มเกษตรกร



ภาพที่ 31 ไก่สดแช่แข็ง ของกลุ่มเกษตรกร



ภาพที่ 30 ไก่เนื้อสมุนไพร และไก่ย่าง

กิจกรรมที่ 17 สำรวจความต้องการของบริโภค ความต้องการตลาดเนื้อไก่ประดู่หางดำ และผลิตภัณฑ์ 2 กลุ่ม (ไก่สดแช่แข็ง และผลิตภัณฑ์พร้อมบริโภค) ขึ้นส่วน รูปแบบ และวิธีการบริโภคของผู้บริโภคในตลาด ระดับต่างๆ โดยการสัมภาษณ์กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายในตลาดแต่ละระดับ

ในการศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภค และปริมาณความต้องการผลิตภัณฑ์ไก่ประดู่หางดำ พบว่า พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ไก่พื้นเมือง (ทั้งไก่ประดู่หางดำ) ของผู้บริโภคในตลาดในตลาดระดับบน มีการบริโภคเนื้อไก่เฉลี่ยสัปดาห์ละ 2.12 กิโลกรัม คิดเป็นมูลค่าเฉลี่ย 454.18 บาท/สัปดาห์ ผู้บริโภคกลุ่มนี้ นิยมซื้อในห้างสรรพสินค้าริมฝั่ง กลุ่มผู้บริโภคในตลาดระดับกลาง มีการบริโภคเนื้อไก่เฉลี่ยสัปดาห์ละ 2.41 กิโลกรัม คิดเป็นมูลค่าเฉลี่ย 353.57 บาท/สัปดาห์ ผู้บริโภคกลุ่มนี้นิยมซื้อในห้างสรรพสินค้า แม็คโคร และโลตัส และกลุ่มผู้บริโภคในตลาดระดับล่าง มีการบริโภคเนื้อไก่เฉลี่ยสัปดาห์ละ 2.86 กิโลกรัม คิดเป็นมูลค่าเฉลี่ย 329.35 บาท/สัปดาห์ ผู้บริโภคกลุ่มนี้นิยมซื้อในตลาดสด

ซึ่งผู้บริโภคในตลาดระดับล่าง นิยมบริโภคไก่พื้นเมืองมากที่สุด ผู้บริโภคในตลาดทั้ง 3 ระดับ โดยซื้อเนื้อไก่เฉลี่ยปริมาณใกล้เคียงกัน แต่มูลค่าการซื้อเฉลี่ยของผู้บริโภคตลาดระดับบน สูงกว่าผู้บริโภคในตลาดระดับกลาง และล่าง และแหล่งที่ซื้อผู้บริโภคตลาดระดับบนนิยมซื้อในห้างสรรพสินค้าริมฝั่ง ส่วนผู้บริโภคระดับกลางนิยมซื้อในห้างสรรพสินค้าแม็คโคร โลตัส ในขณะที่ผู้บริโภคในตลาดระดับล่าง นิยมซื้อไก่สดในตลาดชุมชน หรือตลาดสดทั่วไป ในขณะเดียวกันการศึกษาค้นคว้าความต้องการในการบริโภค ผลิตภัณฑ์ไก่ประดู่หางดำของผู้บริโภค เป็นการศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภคไก่สด/ชิ้นส่วนไก่สด รวมถึงความต้องการในการบริโภคผลิตภัณฑ์ไก่ประดู่หางดำพันธุ์แท้ ผลการศึกษาพบว่าประเภทของอาหารที่ผู้บริโภคนิยมประกอบอาหารเป็นอันดับแรก คือ ทอด โดยใช้น้ำมันไก่สดส่วนปีก และน่อง (ร้อยละ 15.73 และ 12.36 ตามลำดับ) รองลงมาคือ อาหารประเภท แกง เช่น แกงไก่ ข้าวไก่ อ่อมไก่ เขียวหวานไก่ คัมยำไก่ โดยใช้น้ำมันไก่ส่วนน่อง และไก่สดทั้งตัว และอาหารจานเดียว เช่น ข้าวมันไก่ ข้าวซอย โดยนิยมใช้ไก่สดทั้งตัว หรือชิ้นส่วนน่อง และอก

ซึ่งทำให้กลุ่มเกษตรกรมีการวางแผนในการผลิตที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดในพื้นที่ ซึ่งจังหวัดแม่ฮ่องสอนมีชาวไทยภูเขาประมาณร้อยละ 60 และชนพื้นเมืองชาวไทยใหญ่ ประมาณร้อยละ 30 มีการบริโภคไก่พื้นเมืองเป็นส่วนใหญ่ ประมาณ 285,873 ตัว/ปี (จากการประเมินของโครงการในรอบปี 2557-2558) ทั้งนี้รวบรวมข้อมูลในพื้นที่ 3 อำเภอ ประกอบด้วย อำเภอเมือง อำเภอป่า และอำเภอปางมะผ้า จังหวัดแม่ฮ่องสอน ที่มีวัฒนธรรมประเพณี พิธีกรรมต่างๆ ในการประกอบพิธีกรรม ของชนเผ่าในการเช่น สังเวย เช่น พิธีเลี้ยงศาลเจ้าเมืองประจำหมู่บ้าน ซึ่งเกี่ยวข้องกับ ความเชื่อเรื่องขวัญ หรือการทำกิจกรรมต่างๆ เช่นเจ้าที่เจ้าทาง และบอกกล่าวบรรพชนให้อุดหนุนค้าจุน ช่วยให้กิจการงานนั้นๆ เจริญก้าวหน้า ทำเกษตรกรรมได้ผลผลิตดี ให้อยู่เย็นเป็นสุข ปกป้องคุ้มครองดูแล และยังเป็นการขอขมาอีกด้วย ดังนั้น ความต้องการใช้ไก่มีชีวิตจึงมีจำนวนมาก ขณะเดียวกันในแต่ละชนเผ่าจะมีช่วงเวลาในรอบปี มีพิธีที่แตกต่างกันไป รวมทั้งปริมาณความต้องการไม่เท่ากัน อีกส่วนหนึ่งจะเป็นผู้บริโภคไก่ชำแหละ มีจำหน่ายในตลาด ซึ่งปริมาณความต้องการจะเพิ่มขึ้นเมื่อถึงฤดูท่องเที่ยว (พฤศจิกายน-กุมภาพันธ์) และจะลดลงเมื่อถึงฤดูฝน (กรกฎาคม-ตุลาคม) ของทุกปี เพราะมีอาหารธรรมชาติ เช่น ปลา กบ เขียด หน่อไม้ และเห็ด เป็นต้น จาก การประเมินความต้องการ การใช้ไก่มีชีวิต และไก่ชำแหละ ตั้งแต่เดือนมกราคม ถึง เดือนธันวาคม ในปี พ.ศ. 2555 มีจำนวน 285,873 ตัว คิดเป็นไก่มีชีวิตร้อยละ 95.87 ไก่ชำแหละร้อยละ 4.13 ทั้งนี้เกษตรกรใน

โครงการสามารถผลิตได้ จำนวน 59,400 ตัว เป็นไก่มีชีวิตร้อยละ 86.70 และคิดเป็นไก่ชำแหละร้อยละ 13.30 ปริมาณความต้องการของตลาดจะสูงในเดือนมกราคม-กุมภาพันธ์ ต่ำสุดในเดือนพฤษภาคมของปี

จากการศึกษาความต้องการในการบริโภคผลิตภัณฑ์ไก่ประดู่หางดำของผู้บริโภค เป็นการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคไก่สด/ชิ้นส่วนไก่สด รวมถึงความต้องการในการบริโภคผลิตภัณฑ์ไก่ประดู่หางดำพันธุ์แท้ ผลการศึกษามีดังต่อไปนี้

สำหรับประเภทของอาหารที่ผู้บริโภคนิยมประกอบอาหารเป็นอันดับแรก คือ ทอด โดยใช้เนื้อไก่สดส่วนปีก และน่อง (ร้อยละ 15.73 และ 12.36 ตามลำดับ) รองลงมาคือ อาหารประเภท แกง เช่น แกงไก่ ข่าไก่ อ่อมไก่ เจียวหวานไก่ ต้มยำไก่ โดยใช้เนื้อไก่ส่วนน่อง และไก่สดทั้งตัว และอาหารจานเดียว เช่น ข้าวมันไก่ ข้าวซอย โดยนิยมใช้ไก่สดทั้งตัว หรือชิ้นส่วนน่อง และอก (ตารางที่ 46)

ตารางที่ 46 พฤติกรรมการบริโภคเนื้อไก่สดของผู้บริโภคในตลาดระดับบน กลาง และล่าง

พฤติกรรมการบริโภคเนื้อไก่สด	ผู้บริโภคในตลาดระดับล่าง		ผู้บริโภคในตลาดระดับกลาง		ผู้บริโภคในตลาดระดับบน	
	จำนวน (ร้อยละ)	ค่าสถิติ	จำนวน (ร้อยละ)	ค่าสถิติ	จำนวน (ร้อยละ)	ค่าสถิติ
	(n=124)		(n=108)		(n=92)	
ปริมาณการบริโภคไก่สดเฉลี่ย (กิโลกรัม/เดือน)						
น้อยกว่า 1.00	18 (14.52)	ค่าเฉลี่ย = 2.86 กก.	15 (13.89)	ค่าเฉลี่ย = 2.41 กก.	16 (17.39)	ค่าเฉลี่ย = 2.12 กก.
1.01-2.00	48 (38.71)	S.D.= 1.02	27 (25.00)	S.D.= 2.21	24 (26.09)	S.D.= 1.32
2.01-3.00	26 (20.97)	ค่าต่ำสุด = 0.5 กก.	36 (33.33)	ค่าต่ำสุด = 0.5 กก.	39 (42.39)	ค่าต่ำสุด = 0.33 กก.
3.01-4.00	19 (15.32)	ค่าสูงสุด = 5 กก.	19 (17.59)	ค่าสูงสุด = 5 กก.	8 (8.70)	ค่าสูงสุด = 5 กก.
มากกว่า 4.00	14 (10.48)		11 (10.19)		5 (5.43)	
มูลค่าเฉลี่ย (บาท/เดือน)						
น้อยกว่า 150	16 (12.90)	ค่าเฉลี่ย = 329.35 บาท	15 (13.89)	ค่าเฉลี่ย = 353.57 บาท	7 (7.61)	ค่าเฉลี่ย = 454.18 บาท
151-300	51 (41.13)	S.D.= 128.33	30 (27.78)	S.D.= 116.00	13 (14.13)	S.D.= 106.30
301-450	37 (29.84)	ค่าต่ำสุด = 60 บาท	41 (37.96)	ค่าต่ำสุด = 80 บาท	26 (28.26)	ค่าต่ำสุด = 65 บาท
มากกว่า 450	21 (16.13)	ค่าสูงสุด = 480 บาท	22 (20.37)	ค่าสูงสุด = 800 บาท	46 (50.00)	ค่าสูงสุด = 945 บาท

ตารางที่ 47 จำนวนและร้อยละของชิ้นส่วนเนื้อไก่ และประเภทของอาหารที่ครัวเรือนนิยมประกอบอาหาร ของผู้บริโภค

ประเภทของ อาหาร	ชิ้นส่วนการบริโภค										รวม	
	ทั้งตัว		น่อง		ปีก		สะโพก		อก			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
แกง	3	3.37	4	4.49	2	2.25	1	1.12	2	2.25	10	11.24
ข้าวซอย	0	0.00	1	1.12	4	4.49	1	1.12	0	0.00	1	1.12
ข้าวมันไก่	2	2.25	2	2.25	0	0.00	3	3.37	5	5.62	3	3.37
ต้ม	1	1.12	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	1.12
ต้ม แกง ผัด	1	1.12	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	1.12
ต้มข่าไก่	1	1.12	2	2.25	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3	3.37
ต้มยำ	3	3.37	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4	4.49
ทอด	1	1.12	11	12.36	14	15.73	5	5.62	3	3.37	22	24.72
ผัด	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	1.12	1	1.12
ผัดผัก	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	1.12	1	1.12
ย่าง	1	1.12	3	3.37	2	2.25	0	0.00	1	1.12	3	3.37
ยำ	1	1.12	0	0.00	0	0.00	0	0.00		0.00	1	1.12
อบ	0	0.00	1	1.12	2	2.25	2	2.25	2	2.25	4	4.49
รวม	14	15.73	24	26.97	24	26.97	12	13.48	15	16.85	89	100.00

กิจกรรมที่ 18 นำผลการศึกษาความต้องการบริโภคผลิตภัณฑ์แปรรูป มาต่อยอดสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในตลาดระดับต่างๆ อย่างน้อย 2 ชนิด

กลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ประดู่หางดำมีการวางแผนการตลาดที่สอดคล้องกับการผลิต และสามารถบริหารความเสี่ยงด้านการตลาดร่วมกัน ขยายโอกาสจากตลาดชุมชนไปสู่ตลาดในระดับที่สูงขึ้น เพื่อสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ในตลาดระดับกลาง และบนใน 3 จังหวัด ประกอบด้วย แม่ฮ่องสอน เชียงใหม่ และลำพูน สร้างการรับรู้ประชาสัมพันธ์ จากเครือข่ายการผลิต ผู้เครือข่ายผู้บริโภคในตลาด 3 ระดับ โดยการบูรณาการความร่วมมือของโครงการต่างๆ องค์กรส่วนท้องถิ่น หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ผู้ประกอบการในส่วนกลางน้ำ และผู้บริโภคเป้าหมาย

การจัดทำแผนการตลาดรองรับผลผลิต เพื่อบริหารความเสี่ยงด้านการตลาด (ราคาไก่พื้นผวน จำหน่ายผลผลิตไม่ได้บางฤดูกาล) ทุกโครงการต้องมีการประชุมเกษตรกรในโครงการวางแผนการตลาด ซึ่งอย่างน้อยจะต้องมีตลาดชุมชนรองรับไก่ขุนมีชีวิต และสร้างเครือข่ายตลาดในระดับกลางและบน

- 1) การตลาดสำหรับตลาดระดับกลาง ใช้ไก่ขุนลูกผสมเลี้ยงในระบบ All in all out
- 2) การตลาดสำหรับตลาดระดับบน ใช้ไก่ขุนพันธุ์แท้ ในระบบเลี้ยงปล่อยหากินตามธรรมชาติ (Free range)

การพัฒนาการแปรรูปผลิตภัณฑ์ไก่สดแช่แข็ง

โรงฆ่าสัตว์ปีกนับเป็นภารกิจหนึ่งที่มีความสำคัญในพัฒนาอาชีพการเลี้ยงไก่ของเกษตรกร โดยจะต่อยอดไปถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปที่มีมาตรฐาน ผู้บริโภคให้การยอมรับในกระบวนการผลิตที่ถูกหลักอนามัย โดยขั้นตอนในกระบวนการดำเนินการฆ่าไก่ ในการฆ่าสัตว์ปีกตามมาตรฐานสามารถแบ่งออกเป็น 9 ขั้นตอน และจุดควบคุมดูแลพิเศษ 3 จุด (Critical Control Point: CCP) ทั้งนี้จะต้องกำหนดลักษณะปรากฏที่จะตัดออก (Defeat) โรงฆ่าจะทำการคัดแยกออกก่อนการบรรจุถุง 3 ประการ ลักษณะปรากฏที่ต้องทำการคัดออก ดังนี้ (1) ปีก และขาไม่หัก (2) รอยชำแฉงขนาดไม่เกิน 1 ตารางเซนติเมตร (3) ผิวหนังเกลี้ยงไม่มีขนติด (ไม่เกินร้อยละ 5 ของผิวหนังไก่สดทั้งตัว) ทำการบรรจุถุงบริเวณด้านนอกห้อยลวดเครื่องในและทำความสะอาดไก่ (ประกอบภาคผนวก ก)



ภาพที่ 31 กระบวนการผลิต (Processing flow) และจุดควบคุมวิกฤติในกระบวนการผลิต (CCP monitoring plan)

การแปรรูป

ผลิตภัณฑ์แปรรูปที่ผ่านกระบวนการผลิตจากการนำวัตถุดิบไก่สดของเกษตรกรในโครงการที่คัดแยกจากผลิตภัณฑ์ไก่สดแช่แข็ง กล่าวคือ ไก่สดแช่แข็ง ซึ่งอาจเป็นไก่แตก Size ทั้งไก่ที่มีขนาดเล็กและใหญ่เกินกว่ามาตรฐาน รวมถึงไก่ที่มีตำหนิจากกระบวนการฆ่า และชำแหละ จะถูกนำมาใช้ประโยชน์ในทุกส่วน เพื่อเพิ่มมูลค่า ด้วยการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ที่ปรุงสำเร็จ และพร้อมบริโภค เกิดสนิยมการบริโภคที่หลากหลายยิ่งขึ้น กระบวนการทางด้านการตลาดหลังจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ยังเป็นขั้นตอนที่สำคัญในการตลาดเพื่อกระจายสินค้าสู่ตลาดต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดึงดูดความสนใจให้แก่ผู้บริโภคในการเลือกซื้อ ทั้งการออกแบบบรรจุภัณฑ์ การเก็บรักษา วิธีการบริโภค ในการออกสู่ตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่เหล่านี้จะสร้างการรับรู้ โดยการทดสอบชิมจากผู้เชี่ยวชาญ และผู้บริโภคกลุ่มต่างๆ ทั้งรสชาติ คุณลักษณะผลิตภัณฑ์ ราคา และทดสอบตลาดโดยการจำหน่ายในตลาดเฉพาะ เช่น แจ่มฟ้าซูเปอร์มาร์เก็ต เป็นต้น

สำหรับผลิตภัณฑ์แปรรูปที่จำหน่ายในตลาดแต่ละระดับ จะเป็นประเภทเดียวกัน คือ ไก่เนื้อสมุนไพร และไก่ย่าง แต่จะต่างกันตามรูปแบบการเลี้ยง ซึ่งจะทำให้ราคาจำหน่ายในแต่ละตลาดแตกต่างกัน



ภาพที่ 32 การวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปจากไก่ประดู่หางดำ ณ ห้างแจ่มฟ้า จังหวัดลำพูน

วัตถุประสงค์ ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด (Feasibility study) เพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากไก่ประดู่หางดำในตลาดทุกระดับ ของกลุ่มเกษตรกรอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน

กิจกรรมที่ 19 สร้างตลาดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในพื้นที่ และเครือข่ายการตลาดกับโครงการย่อยอื่นๆ ร่วมกับสำนักประสานงาน

1. จุดจำหน่ายไก่ประดู่หางดำทั้งรูปแบบในรูปแบบไก่มีชีวิต ไก่สด ไก่สดแช่แข็ง ผลิตภัณฑ์จากไก่ประดู่หางดำ ของกลุ่มเกษตรกรบ้านทุ่งยาว เลขที่ 82 หมู่ 9 ตำบลทุ่งยาว อำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน ซึ่งจุดจำหน่ายแห่งนี้ตั้งอยู่ก่อนถึงอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน 8 กิโลเมตร ทำให้มีนักท่องเที่ยวต่างพื้นที่ให้ความสนใจในผลิตภัณฑ์แปรรูปจากไก่ประดู่อีกด้วย โดยเกษตรกรรวมกลุ่มการผลิตไก่ประดู่หางดำ กำหนดราคาขายเอง โดยไม่ผ่านพ่อค้าคนกลาง นอกจากนี้ในช่วงหน้าหนาวเกษตรกรจะมีการประชาสัมพันธ์สามารถสร้างการรับรู้ และได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคซึ่งเป็นคนในท้องถิ่นส่วนใหญ่เป็นชาวเขาเผ่าต่างๆ ที่นิยมซื้อไก่พื้นเมืองที่มีลักษณะ ปากดำ แข้งดำ ในการประกอบพิธีกรรมของชนเผ่า สามารถสร้างยอดขาย สัปดาห์ละ 400-500 ตัว ซึ่งเกษตรกรไม่สามารถผลิตเพื่อพอกับความต้องการของผู้บริโภคในท้องถิ่น และสามารถจำหน่ายไก่มีชีวิตในราคากิโลกรัมละ 110-140 บาท/กิโลกรัม ในขณะที่ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากไก่ประดู่หางดำมียอดขาย 3,000 – 5,000 บาท เดือนสามารถสร้างรายได้แก่กลุ่มเพื่อใช้ในการหมุนเวียนทั้งเป็นทุนในการเลี้ยงไก่ และช่วยเหลือเกษตรกรที่ประสบปัญหาในการเลี้ยงอีกด้วย



ภาพที่ 33 การจัดตั้งจุดจำหน่ายไก่เป็น (ตำบลทุ่งยาว อำเภอปาย) ของกลุ่มเกษตรกร



ภาพที่ 34 การจัดตั้งจุดจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปของกลุ่มเกษตรกร (ตำบลทุ่งยาว อำเภอลำปาง)

2. จุดจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปจากไก่ประดู่หางดำ ร่วมกับสมุนไพรพื้นบ้าน ซึ่งตั้งอยู่ที่ 67/1 หมู่ 4 ต.แม่ฮี้ อำเภอลำปาง จังหวัดแม่ฮ่องสอน เป็นจุดจำหน่ายก่อนถึงสะพานประวัติศาสตร์ สามารถดึงดูดผู้บริโภค หรือนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี นอกจากนี้จุดนี้ยังมีความแตกต่างที่สำคัญคือ มีสมุนไพรไทยจำหน่าย และให้องค์ความรู้ประกอบ กลุ่มเกษตรกรได้รวมตัวกันเพื่อจัดระบบการผลิต และการตลาดร่วมกัน ในลักษณะกลุ่มวิสาหกิจ โดยการจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากไก่ประดู่หางดำทั้งไก่สดแช่แข็ง และผลิตภัณฑ์แปรรูปซึ่งผู้บริโภคมี 2 กลุ่ม ได้แก่ นักท่องเที่ยว และคนท้องถิ่น สามารถสร้างยอดขายได้เฉลี่ย 2,000-3,000 บาท/เดือน



ภาพที่ 35 การจัดตั้งจุดจำหน่ายไก่ประดู่หางดำแปรรูป (ตำบลแม่ฮี้ อำเภอลำปาง) ของกลุ่มเกษตรกร

3. จุดจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปจากไก่ประดู่หางดำ และไก่ประดู่หางดำมีชีวิต อำเภอมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน

กลุ่มเกษตรกรได้รวมตัวกันเพื่อจัดระบบการผลิต และการตลาดร่วมกัน ในลักษณะกลุ่มวิสาหกิจ โดยการจำหน่ายไก่ขุนอายุ 90-100 วัน น้ำหนักเฉลี่ย 1.2 กิโลกรัม เกษตรกรเป็นผู้กำหนดราคาจำหน่ายเอง ไม่ผ่านพ่อค้าคนกลาง มีจุดจำหน่ายไก่มีชีวิตริมถนนเชียงใหม่-ลำปาง ซึ่งเป็นแหล่งชุมชน มีการคมนาคมสะดวก จัดทำป้ายประชาสัมพันธ์ การจำหน่าย มีกรงขนาด 1.5x2 เมตร เพื่อใส่ไก่ที่จะวางจำหน่าย สร้างการรับรู้และได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคที่เป็นคนท้องถิ่น ที่ส่วนใหญ่เป็นชาวเขา ที่นิยมซื้อไก่ไปเพื่อ

ประกอบพิธีกรรมทางประเพณีของชนเผ่า มียอดการจำหน่ายประมาณ สัปดาห์ละ 300 ตัว เกษตรกรไม่สามารถผลิตได้เพียงพอความต้องการของตลาด สามารถจำหน่ายได้มีชีวิตในราคา กิโลกรัมละ 120-150 บาท ราคาจะเปลี่ยนแปลงไปตามปริมาณการผลิต และความต้องการของผู้บริโภคในแต่ละฤดูกาล ส่วนจุดจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปประดู่หางดำ ตั้งอยู่ถัดจากจุดจำหน่ายไก่ประดู่หางดำมีชีวิตไปประมาณ 2 กิโลเมตร ซึ่งจะอยู่ใจกลางอำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน ซึ่งมีผู้คนสัญจรพลุกพล่าน จึงเป็นจุดจำหน่ายที่สามารถสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรอย่างเป็นรูปธรรม



ภาพที่ 36 การจัดตั้งจุดจำหน่ายไก่ประดู่หางดำแปรรูปและไก่ประดู่หางดำมีชีวิต (อำเภอเมือง) ของกลุ่มเกษตรกร

เพิ่มจุดจำหน่าย ในรูปแบบไก่มีชีวิต ไก่สด ไก่สดแช่แข็ง ผลิตภัณฑ์จากไก่ประดู่หางดำ และขยายผลิตภัณฑ์เข้าสู่ตลาดระดับกลาง และบน

จุดจำหน่ายหรือสถานที่จำหน่ายสินค้าถือเป็นหัวใจสำคัญของการขายสินค้า เนื่องจากเป็นสถานที่ที่ผู้บริโภคจะพบสินค้า ดังนั้นกลุ่มจึงพัฒนาจุดจำหน่ายสินค้า และเพิ่มเติมจุดจำหน่ายเพื่อเป็นการกระจายสินค้าให้ครอบคลุมพื้นที่ของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายทั้งในรูปแบบไก่มีชีวิต ไก่สด ไก่สดแช่แข็ง ผลิตภัณฑ์จากไก่ประดู่หางดำ โดยโครงการได้หาตลาดเพื่อรองรับผลผลิตของเกษตรกรทั้งไก่สดแช่แข็ง และผลิตภัณฑ์แปรรูป ดังนี้

1. จุดจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปจากไก่ประดู่หางดำ กาดแม่ใจ 2477

จัดขึ้นโดยความร่วมมือของจังหวัดเชียงใหม่ และมหาวิทยาลัยแม่โจ้ เป็นแหล่งรวมของผู้ผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัย และเกษตรกรอินทรีย์ที่ได้รับมาตรฐานสากลจากทุกพื้นที่ของจังหวัดเชียงใหม่ และผลผลิตของมหาวิทยาลัยแม่โจ้ เพื่อเปิดให้เป็นแหล่งจำหน่ายสินค้าเกษตรปลอดภัยอย่างยั่งยืน เผยแพร่องค์ความรู้จากต้นน้ำ กลางน้ำ สู่ปลายน้ำ เพื่อสนับสนุนการลด ละ เลิก การใช้สารเคมี ทั้งผู้ผลิต และผู้บริโภค สร้างสังคมปลอดภัยให้คนไทยได้สืบสานพระราชปณิธาน “ตามรอยพ่อ เกษตรีย์เกษตร” โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อเป็นศูนย์กลางตลาดสินค้าเกษตรปลอดภัยโดยตรงจากผู้ผลิตสู่ผู้บริโภค ตามมาตรฐานการผลิตอาหารปลอดภัยระดับสากล ด้วยแนวคิดหลัก 4G ได้แก่ 1. Good Quality (สินค้าคุณภาพดี) 2. Good Price (ราคายุติธรรม) 3. Good Place (สะดวกสบาย) และ 4. Good for Life มีความยั่งยืนต่อคุณภาพชีวิต และสังคมชุมชน

โดยโครงการได้นำผลิตภัณฑ์แปรรูปจากไก่ประดู่หางดำร่วมวางจำหน่าย ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ 4 ชนิด ได้แก่ ไก่ประดู่หางดำนึ่งสมุนไพร (ราคา 85 บาท) ไก่ต้มน้ำปลา (ราคา 85 บาท) ไก่ต้มซีอิ๊วเห็ดหอม (ราคา 110 บาท) และไก่รมควัน (ราคา 85 บาท) สามารถสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกร 2,000-3,000 บาท/เดือน



ภาพที่ 37 การวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปจากไก่ประดู่หางดำ ณ กาดแม่โจ้ 2477

2. แจ่มฟ้าซอปปิงมอลล์ จังหวัดลำพูน

บริษัท แจ่มฟ้าฟลางซ่า สรรพสินค้า จำกัด ตั้งอยู่ที่ 160 หมู่ 1 ถนนอินทนิยศ ตำบลในเมือง อำเภอเมืองลำพูน จังหวัดลำพูน เป็นห้างสรรพสินค้าที่วางจำหน่ายสินค้าอุปโภค บริโภค เครื่องใช้ไฟฟ้า และอื่นๆ อีกมากมาย เป็นตลาดที่จัดอยู่ในระดับกลาง ซึ่งได้รับผลิตภัณฑ์แปรรูปของกลุ่มไปวางจำหน่าย ได้แก่ ไก่ต้มสมุนไพร ไก่ต้มน้ำปลา ไก่ต้มซีอิ๊วเห็ดหอม และไก่รมควัน เป็นต้น ซึ่งกลุ่มขายส่งผลิตภัณฑ์ในราคา ชิ้นละ 80 บาท (น้ำหนัก 400 กรัม) ยกเว้น เมนูไก่ต้มซีอิ๊วเห็ดหอม ขายราคา 100 บาท (น้ำหนัก 600 กรัม) ซึ่งห้างสรรพสินค้าดังกล่าวมีการตลาด ร้อยละ 25 โดยบวกเข้ากับราคาสินค้าทำให้สินค้ามีราคาเพิ่มขึ้น จากเดิมราคาชิ้นละ 80 บาทเป็น 100 บาท และราคาชิ้นละ 100 บาทเป็น 125 บาท ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อปริมาณการจำหน่ายของสินค้าได้



ภาพที่ 38 การวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปจากไก่ประดู่หางดำ ณ ห้างเจมส์ฟาร์ จังหวัดลำพูน

3. ร้านแบล็คคิทเซ็น ตั้งอยู่ 7/1 ซ.นิมมานเหมินทร์ 7 ถ.นิมมานเหมินทร์ ต.สุเทพ อ.เมืองเชียงใหม่ จ.เชียงใหม่ เป็นร้านอาหารนานาชาติ สไตล์อาหารไทย, ยุโรป, พิซซ่า หรือ อาหารญี่ปุ่น ซึ่งมีความต้องการไก่ประดู่หางดำที่เลี้ยงในระบบธรรมชาติ จำนวน 10-15 ตัว/อาทิตย์ โดยเกษตรกรจำหน่ายไก่ประดู่หางดำ กิโลกรัมละ 160 บาท สามารถสร้างรายได้เสริม และเป็นทางเลือกให้แก่เกษตรกรได้



ภาพที่ 39 เชฟ และเมนูอาหารร้านแบล็คคิทเชน

นอกจากการจำหน่ายตามร้านอาหาร หรือสถานที่จำหน่ายที่มีชื่อเสียงแล้ว เกษตรกรยังขยายตลาด โดยร่วมกับหน่วยงานราชการในท้องถิ่น และเครือข่ายดังนี้

- ตั้งร้านในตลาดนัดช่วงเย็นของเทศบาล ตำบลเวียงใต้ อ.ปาย จ.แม่ฮ่องสอน โดยกลุ่มเกษตรกร
- ร่วมมือกับผู้ประกอบการจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปจากไก่ประดู่หางดำ ในพื้นที่ อำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน

กิจกรรมที่ 20 พัฒนาเชื่อมโยงตลาดระดับกลาง และบนร่วมกับเครือข่ายและสำนักงาน
ข้อมูลทั่วไป

โครงการฯ ยังคงรักษาจุดจำหน่ายไก่มีชีวิตที่มีอยู่ จำนวน 1 จุด เพิ่มจากเดิม อีก 1 จุด (เดิมมีจุดจำหน่าย ต.ทุ่งยาว อ.ปาย ขยายไปที่ อ.เมือง อีก 1 จุด) และขยายฐานการตลาดไก่สดทั้งตัว และชำแหละไปสู่ตลาดในท้องถิ่น รวมถึงผู้ประกอบการที่เป็นร้านอาหาร (ตาราง ที่ 7)

ตารางที่ 48 แหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ไก่ประดู่หางดำ จำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์ของโครงการฯ

แหล่งจำหน่าย	ไก่มีชีวิต (จุด)	ไก่สด (ราย)	แปรรูป (ราย)	หมายเหตุ
จุดจำหน่ายริมถนนหลัก	2	-	2	ขยายจาก อ.ปาย ไป อ.เมือง
ผู้ประกอบการจำหน่ายไก่สด (อำเภอปาย)		3		
เครือข่ายผู้ประกอบการประเภทร้านอาหาร/ โรงแรม		5		- ร้านอาหาร (best/ beer) - Street food (ถนนคนเดิน) - Resorts (Nock Down Resort) - โรงแรมที่มีร้านอาหารบริการ

ทั้งนี้ การเชื่อมโยงเครือข่ายความร่วมมือผู้ประกอบการร้านอาหารต่างๆ เป็นผลกระทบเชิงบวกจากการจัดกิจกรรม Chief ประกอบอาหาร โดยมีกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้บริโภคจากโรงแรม/ ร้านอาหาร/ ภัตตาคาร ซึ่งการจัดกิจกรรมดังกล่าว โครงการฯ ได้รับความร่วมมือในการประชาสัมพันธ์ผ่านวิทยุท้องถิ่น เพื่อสร้างการรับรู้ให้กับผู้บริโภคในวงกว้าง นอกจากนี้ โครงการฯ ยังมี spot วิทยุ เพื่อประชาสัมพันธ์ให้เครือข่ายผู้ประกอบการประเภทร้านอาหาร/ โรงแรม ที่รับซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทไก่สดชำแหละจากเกษตรกร ทำให้ผู้บริโภครับรู้มากขึ้น ซึ่งเป็นการขยายเครือข่ายทั้งการตลาด และการบริโภค สำหรับการจัดกิจกรรม Chief ประกอบอาหาร มีการออกแบบสอบถาม เพื่อสอบถามความชื่นชอบของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งเป็นผู้บริโภคท้องถิ่น (วัยทำงาน นักศึกษา นักเรียน) และผู้บริโภคเป้าหมายหลักที่มีศักยภาพของพื้นที่ จ.แม่ฮ่องสอน ซึ่งเศรษฐกิจการท่องเที่ยวมีความสำคัญ คือ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และ ต่างประเทศ โดยเน้น และนำจุดขายวิถีการบริโภคด้วยวัฒนธรรมท้องถิ่น ที่ใช้ไก่ประดู่หางดำเป็นวัตถุดิบหลัก เมนูอาหารเนื้อไก่ประดู่ที่สร้างความอร่อยกว่าเชิงเปรียบเทียบ (เปรียบเทียบกับไก่เนื้อขาว) ได้แก่ ไก่ย่าง ไก่หนึ่งสมุนไพโรยสมุนไพร และต้มส้มขอมะขามไก่



ภาพที่ 40 การทดสอบเมนูอาหาร เปรียบเทียบไก่ประดู่หางดำและไก่เนื้อทั่วไป



ภาพที่ 41 เมนูอาหารจากผู้ประกอบการร้านอาหารด้วยวัฒนธรรมการบริโภคท้องถิ่น เพื่อรองรับการท่องเที่ยว จ.แม่ฮ่องสอน



ภาพที่ 42 เมนูไก่ประดู่หางดำนึ่งสมุนไพร ไก่ย่าง ที่ตอบสนองความต้องการบริโภคในท้องถิ่น และนักท่องเที่ยว จ.แม่ฮ่องสอน

เพื่อความต่อเนื่องจากกิจกรรม โครงการฯ ต่อยอดกิจกรรมด้านการตลาด โดยวางแผนการตลาด ดังนี้

แผนการตลาด

1. การประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ เพื่อกระจายผลผลิตไก่ขุนไปสู่เครือข่ายผู้ประกอบการร้านอาหาร โรงแรม ภัตตาคาร (เครือข่ายสื่อวิทยุท้องถิ่น) กลุ่มรีสอร์ท ภัตตาคาร และกลุ่มผู้ประกอบการเชิงไก่งวงสดฆ่าแหวะ มีปริมาณธุรกิจ (ป่าศรี ป่าเข็ญ ป่าแสง ป่าปรีชา) 200-300 ตัว /สัปดาห์ เดือนละ 1200-1500 ตัว

แลกเปลี่ยนความเห็นที่ประชุม

1. การจัดการฟาร์มยังไม่ได้มาตรฐาน การสูญเสียสูงย่อมทำให้ต้นทุนเพิ่ม
2. การจัดกิจกรรม (event) เกษตรกร พบผู้บริโภค ซึ่งจังหวัดมีนโยบายสนับสนุนเกษตรกรรายย่อย หน่วยงานท้องถิ่น จึงมีความพร้อม
3. ควรหาลักษณะเด่นของไก่พื้นเมืองสร้างการรับรู้ให้ผู้บริโภคท้องถิ่น
 - ฝ่ายผู้ประกอบการ/หน่วยงานในจังหวัดเพื่อรองรับการท่องเที่ยวในจังหวัด

- ท้องถิ่น (พาณิชย์/ท่องเที่ยว/องค์กร) ควรมีส่วนร่วมจริงจังในการสร้างแรงจูงใจ เช่น การลดภาษี

4. การลือคสเปค และแบ่งเกรด คุณภาพไก่ขุนที่จะต้องมียุทธภาพ น้ำหนักที่สม่ำเสมอ เพื่อสร้างเครือข่ายตลาดที่มั่นใจในคุณภาพ

5. จุดจำหน่ายเป็นสินค้าร้าน Knock down จำหน่ายไก่ย่าง-ส้มตำ วางแผนจะไปตั้งจุดขายที่ปาย 2 จุด และ อำเภอเมือง 2 จุด คนขายจะเป็นคนที่มีทักษะในการปรุงอาหาร ย่างไก่ และตำส้มตำ

6. ไก่มีชีวิต ชนเผ่ามีความต้องการไก่แข่งคำเพื่อพิธีกรรมกว่าตลอดทั้งปี แผนการผลิตยังไม่เป็นปฏิทินที่สม่ำเสมอ

7. แผนการผลิต และแผนการตลาด ยังไม่เป็นระบบ การจัดการร่วมกันอย่างเป็นระบบการร่วมมือระหว่างผู้เลี้ยง ผู้ขาย/ทำการตลาด



ภาพที่ 43 สำนักประสานงาน นักวิจัย และเกษตรกร ปรึกษาหารือและแลกเปลี่ยนความเห็นระหว่าง นักวิจัย เกษตรกร และเครือข่ายใน จ.แม่ฮ่องสอน

กิจกรรมที่ 21 ประชาสัมพันธ์ สร้างการรับรู้ผลิตภัณฑ์จากไก่ประดู่หางดำให้เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค ทั้งในชุมชน และนักท่องเที่ยว โดยผ่านสื่อต่างๆ เช่น เสียงตามสาย วิทยุ ป้ายประชาสัมพันธ์ และสื่อออนไลน์ ต่างๆ เพื่อส่งเสริมและสร้างโอกาสทางการตลาด

เกษตรกรร่วมกันสร้างการรับรู้แก่ผู้บริโภคผ่านสื่อออนไลน์ต่างๆ เนื่องจาก เป็นสื่อสังคมออนไลน์ ที่กลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้ในชีวิตประจำวัน ซึ่งเป็นเครือข่ายตลาดแบบ 2 ทาง ที่จะทำให้เกษตรกร เข้าใจ ความคิด และทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะเป็แนวทางในการปรับปรุง/ พัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคสูงสุด อีกทั้ง ยังสามารถสร้างโอกาสทางการตลาดในอนาคต

เนื่องจาก สื่อออนไลน์จะเป็นที่สนใจของผู้ประกอบการ หากผลิตภัณฑ์ชุมชนใดเป็นที่ต้องการของตลาด ผู้ประกอบการห้างสรรพสินค้าจะให้ความสนใจ และเป็นโอกาสทางการตลาดที่ดีให้แก่เศรษฐกิจชุมชน

ไก่ประดู่หางดำเมืองสามหมอก
โพสต์โดย Bream Srijundorn
1 นาที · 🌐

วันนี้เพจไก่ประดู่หางดำเมืองสามหมอก ขอแนะนำเสนอออ ~
ไก่ประดู่หางดำแปรรูป พร้อมรับประทาน

ได้แก่ เมนู ... ไก่ประดู่หางดำนึ่งสมุนไพร
หมักด้วยสมุนไพรพื้นบ้าน หอมหอมฉุย
และเมนู ... ไก่ประดู่หางดำรมควัน
ที่มีกลิ่นหอมของ... ดูเพิ่มเติม



ไก่ประดู่หางดำเมืองสามหมอก
โพสต์โดย Bream Srijundorn
21 พฤศจิกายน 2561 · 🌐

เข้าฤดูหนาว ต้องปกป้องลูกไก่ "ประดู่หางดำ"
ทีมนักวิจัยลงพื้นที่ช่วยเกษตรกรทำที่กก เพื่อให้ความอบอุ่นแก่ลูกไก่จ้า
าา

#ไก่ประดู่หางดำเมืองสามหมอก

ไก่ประดู่หางดำเมืองสามหมอก ได้แชร์โพสต์
โพสต์โดย Bream Srijundorn
เมื่อวานนี้ เวลา 20:29 น. · 🌐

"ไก่ประดู่หางดำ" สร้างอาชีพ สร้างรายได้ ให้แก่เกษตรกรอย่างยั่งยืน

#ไก่ประดู่หางดำเมืองสามหมอก จังหวัดแม่ฮ่องสอน

ตันอ้อ นัมเบอร์วัน เทรนเนอร์ อยู่กับ Kalya Wat และอีก 4 คน
11 ธันวาคม 2561 · 🌐

อีก 1 อาชีพ..ของเกษตรกรใน จ.แม่ฮ่องสอน ที่ช่วยสร้างอาชีพ
สร้างรายได้ให้กับเกษตรกรเป็นอย่างดี ภายใต้การสนับสนุนของ
กรมปศุสัตว์, สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย สกว.
มหาวิทยาลัยแม่โจ้....อาชีพ "เลี้ยงไก่ประดู่หางดำ" ไก่พื้นเมืองที่
หลายคนยังไม่รู้จัก...



สร้างรายได้ 207 ล้านบาท

ภาพที่ 44 การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์

กิจกรรมที่ 22 จัดหานักลงทุนที่มีความสนใจร่วมลงทุนกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้เลี้ยงไก่ประดู่หางดำ ในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพ

การร่วมลงทุนกับผู้ประกอบการรายย่อยในพื้นที่เพื่อสร้างจุดจำหน่ายหรือสถานที่จำหน่ายสินค้าถือเป็นหัวใจสำคัญของการขายสินค้า เนื่องจากเป็นสถานที่ที่ผู้บริโภคจะพบสินค้า ดังนั้นกลุ่มจึงพัฒนาจุดจำหน่ายสินค้า และเพิ่มเติมจุดจำหน่ายเพื่อเป็นการกระจายสินค้าให้ครอบคลุมพื้นที่ของกลุ่มผู้บริโภค เป้าหมายทั้งในรูปแบบไก่มีชีวิต ไก่สด ไก่สดแช่แข็ง ผลิตภัณฑ์จากไก่ประดู่หางดำ โดยโครงการได้หาตลาดเพื่อรองรับผลผลิตของเกษตรกรทั้งไก่สดแช่แข็ง และผลิตภัณฑ์แปรรูป โดยปัจจุบันได้มีการร่วมลงทุนระหว่างผู้ประกอบการรายย่อย กับกลุ่มเกษตรกร จำนวน 3 ราย (อำเภอเมือง 2 ราย และอำเภอบาง 1 ราย) โดย

พื้นที่อำเภอเมือง

1. ผู้ประกอบการรายย่อย คุณศรีเพ็ญ สุขศรี ร้านตั้งอยู่ที่ 97 ม 4 ต.ผาบ่อง อ.เมือง จ.แม่ฮ่องสอน ลักษณะของร้านจะติดถนนเลียงเมือง มีรถยนต์นักท่องเที่ยวผ่านตลอดเวลา ร้านอาหารเป็นแบบพื้นบ้านจำหน่ายอาหารพื้นเมืองทั่วไป อยู่ในพื้นที่สามารถมองเห็นวิวทุ่งนา ซึ่งจากการสอบถามเบื้องต้นผู้ประกอบการให้ความเห็นที่ร่วมลงทุน เนื่องจากไก่ประดู่หางดำเป็นไก่พื้นเมืองที่ได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคมากกว่า ไก่พื้นเมืองทั่วไป นอกจากนี้ คุณภาพเนื้อของไก่พื้นเมืองประดู่หางดำมีความแน่นไม่ยุ่ยรสชาติอร่อยกว่าไก่เนื้อในท้องตลาด แต่เนื้อไม่เหนียวเหมือนไก่พื้นเมืองทั่วไป และเมื่อเกษตรกรนำมาแปรรูปเป็นไก่นึ่งสมุนไพร และไก่ย่าง บรรจุในผลิตภัณฑ์ที่มีความสะอาด ทำให้ผู้บริโภคที่เป็นนักท่องเที่ยวสนใจมากขึ้น

การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ จำหน่ายแบบพร้อมรับประทาน (นึ่งสุก) และจำหน่ายแบบพร้อมปรุง (บรรจุในถุงสุญญากาศในตู้แช่) ซึ่งผู้บริโภคในท้องถิ่นส่วนใหญ่จะซื้อแบบพร้อมรับประทาน ส่วนบรรจุถุงมักเป็นนักท่องเที่ยว

สำหรับปริมาณการจำหน่ายเป็นไปตามสภาพของการท่องเที่ยว โดยเฉลี่ยร้านค้าซื้อไก่ชำแหละจากกลุ่มเกษตรกรเฉลี่ย 10 ตัว/วัน เพื่อแปรรูปเป็นไก่นึ่งสมุนไพร และไก่ย่าง สามารถจำหน่ายไก่ได้กำไรเฉลี่ย 300 บาท/วัน ซึ่งมีกำไรสูงขึ้นจากเมื่อก่อนเฉลี่ยร้อยละ 25 ส่วนผลิตภัณฑ์แปรรูปพร้อมปรุง (ไก่นึ่งสมุนไพร และไก่ย่าง บรรจุถุงสุญญากาศ) จำหน่ายได้น้อยกว่าไก่พร้อมบริโภค (เฉลี่ยอาทิตย์ละ 2-3 ชิ้น) ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยว โดยช่วงท่องเที่ยวจะจำหน่ายได้มากขึ้นจากนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ผู้ประกอบการให้ข้อเสนอแนะด้านการตลาด ดังนี้

1) ควรมีการประชาสัมพันธ์วิทยุท้องถิ่นอย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างการรับรู้แก่ผู้บริโภคในพื้นที่ได้เป็นอย่างดี เนื่องจากวิทยุท้องถิ่นยังเป็นที่นิยมของคนในชุมชน

2) ควรลดต้นทุนไก่ชำแหละ เพื่อขยายฐานลูกค้าจากราคา สำหรับข้อเสนอแนะนี้ นักวิจัยได้ให้เหตุผลแก่ผู้ประกอบการถึงความแตกต่างของไก่ประดู่หางดำกับไก่พื้นเมืองทั่วไป รวมถึงกระบวนการเลี้ยงที่มีความปลอดภัย ผ่านโรงเชือดที่ได้รับการอาหารปลอดภัย รวมถึงการตรวจสอบย้อนกลับของผลิตภัณฑ์



ภาพที่ 45 การจำหน่ายไก่นึ่งสมุนไพรร้านคุณศรีเพ็ญ สุขศรี

2. ผู้ประกอบการรายย่อย คุณศรีวรรณ คำปันหล้า ร้านตั้งอยู่ที่ 24 ม.3 ต.ผาบ่อง อ.เมือง จ. แม่ฮ่องสอน ลักษณะของร้านจะใกล้สถานที่ราชการ (ศาลากลางจังหวัดแม่ฮ่องสอน) สำนักงานเกษตร จังหวัดแม่ฮ่องสอน ซึ่งร้านค้าจะอยู่ในแหล่งชุมชน ใกล้ตลาดเกษตรสีเขียว จากการสอบถามเบื้องต้น ผู้ประกอบการให้ความเห็นที่ร่วมลงทุน เนื่องจากไก่ประดู่หางดำเป็นไก่พื้นเมืองที่ได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคมากกว่า ไก่พื้นเมืองทั่วไป อีกทั้ง เคยจำหน่ายเมนูอาหารไก่จากไก่เนื้อพาณิชย์ทั่วไป แต่ไม่เป็นที่ชื่นชอบของผู้บริโภค และผู้บริโภคส่วนใหญ่ต้องการบริโภคไก่พื้นเมืองประดู่หางดำ อีกทั้งไก่พื้นเมืองทั่วไปมีปริมาณไม่สม่ำเสมอ จึงเปลี่ยนวัตถุดิบจากไก่เนื้อมาเป็นไก่พื้นเมืองประดู่หางดำตามความต้องการของลูกค้า โดยผลิตภัณฑ์ไก่ประดู่หางดำที่คุณศรีวรรณ ซื้อจากเกษตรกรเป็นไก่สดลูกผสมชำแหละ เพื่อใช้เป็นวัตถุดิบในการประกอบเป็นเมนูอาหารจากไก่ ได้แก่ ไก่ย่าง ไก่หลาม ไก่นึ่งสมุนไพร และอุ๋บไก่ และจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปแช่แข็ง (ไก่นึ่งสมุนไพร และไก่ย่าง พร้อมปรุง) ของกลุ่มเกษตรกร สามารถจำหน่ายได้เฉลี่ย 10-15 ชิ้น/เดือน สำหรับกำไรที่เพิ่มขึ้นจากการจำหน่ายไก่ประดู่หางดำ เพิ่มขึ้นเฉลี่ย 50%

ลูกค้าในร้านส่วนหนึ่งเป็นข้าราชการ ดังนั้น วันหยุดลูกค้ากลุ่มนี้จะลดลง แต่ยังสามารถจำหน่ายอาหารได้เป็นประจำทุกวัน สำหรับข้อเสนอแนะที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญ คือ ต้นทุนสูง ซึ่งนักวิจัยได้ชี้แจงให้ผู้ประกอบการเข้าใจ และรับทราบถึงความแตกต่างของไก่ประดู่หางดำ กับไก่พื้นเมือง และไก่เนื้อเชิงพาณิชย์ทั่วไป



ภาพที่ 46 การจำหน่ายไก่นึ่งสมุนไพรร้านคุณศรีวรรณ กำป็นหลัก

พื้นที่อำเภอปาย

3. ผู้ประกอบการรายย่อย คุณชลธิชา หล้าวงศ์ ร้านตั้งบริเวณภาคแดงของอำเภอปาย มีเกษตรกรผู้ประกอบการนำสินค้ามาจำหน่ายหลากหลาย เช่น ของชำ ผักพื้นเมือง ผักที่เกษตรกรปลูกตามฤดูกาล ปลา กบ ไก่ เป็นต้น จากการสอบถามเบื้องต้นผู้ประกอบการให้ความเห็นที่ร่วมลงทุน เนื่องจากจำหน่ายไก่สดชำแหละ เมื่อไก่สดเหลือข้ามวัน ทำให้รสชาติความอร่อยด้อยลงผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่ซื้อไก่ข้ามคืน ฉะนั้นการนำไก่สดชำแหละมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์จำหน่ายจะคงรสชาติ เพิ่มความอร่อย และสามารถเพิ่มราคาได้ สำหรับผลิตภัณฑ์แปรรูปที่นำมาจำหน่าย ได้แก่ ไก่ย่าง ไก่นึ่งสมุนไพร ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นคนในท้องถิ่น ดังนั้น หากมีการประชาสัมพันธ์ทางวิทยุท้องถิ่น หรือ สื่อสังคมออนไลน์ จะทำให้ร้านเป็นที่รู้จักมากขึ้น

สำหรับปริมาณการจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปของกลุ่มเกษตรกร ร้านค้าสามารถจำหน่ายเฉลี่ยวันละ 1 ชิ้น ส่วนเมนูไก่ที่ร้านค้าสามารถจำหน่ายได้มากที่สุด คือ ไก่นึ่งสมุนไพร โดยร้านค้าซื้อไก่สดชำแหละจากกลุ่มเกษตรกรเฉลี่ยวันละ 12 ตัว ได้กำไรจากการจำหน่ายเมนูไก่เฉลี่ย 400 บาท/วัน ซึ่งมีอัตรากำไรเพิ่มขึ้นจากเดิมเฉลี่ย 35%

ประเด็นน่าสนใจ

จากข้อเสนอแนะถึงราคาที่สูงกว่าไก่พื้นเมืองทั่วไป ซึ่งยังคงเป็นประเด็นปัญหาส่งผลกระทบต่อความเต็มใจจ่ายของผู้บริโภค ดังนั้น การประชาสัมพันธ์เชิงรุก และการสร้างการรับรู้ เพื่อสร้างกระแสการบริโภคไก่ประดู่หางดำอย่างเข้าใจในตำแหน่งการตลาดของไก่ประดู่หางดำยังคงมีความจำเป็น และต้องประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ผู้บริโภคยอมรับในคุณค่า และเต็มใจจ่ายเพื่อคุณค่านั้น

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์จากการดำเนินกิจกรรมต่างๆ สรุปผลตามวัตถุประสงค์แต่ละข้อ ดังนี้
วัตถุประสงค์ข้อที่ 1: เพื่อศึกษาแนวทางการบริหารจัดการเชื่อมโยงระบบการผลิต และการตลาดไก่ประดู่หางดำของกลุ่มเกษตรกร อำเภอปาย จ.แม่ฮ่องสอน อย่างยั่งยืน

จากการดำเนินกิจกรรมทั้ง 11 กิจกรรม แนวทางการบริหารจัดการเชื่อมโยงระบบการผลิต และการตลาด เริ่มจากการบริหารจัดการระบบการผลิตที่ก่อให้เกิดความยั่งยืน ดังนี้

1. การมีส่วนร่วมของกลุ่มเกษตรกร ทำให้มีข้อตกลงร่วมกันในเรื่องของแผนการผลิต เงื่อนไขของศูนย์คัดเลือกพ่อแม่พันธุ์ และเงื่อนไขของศูนย์ผลิตพืชอาหารท้องถิ่น เป็นการสร้างความเข้มแข็ง และบริหารความเสี่ยงร่วมกัน

2. ศูนย์คัดเลือกพันธุ์ชุมชน มีเกษตรกรที่มีคุณสมบัติ และความพร้อมตามเงื่อนไขหลัก 4 ประการ คือ 1) มีความสมัครใจ 2) มีความรู้ ในการเลี้ยงพ่อแม่พันธุ์ การจัดการด้านอาหารสำหรับการเลี้ยง 3) มีความรู้ในการจัดการตู้ฟัก การกกลูกไก่ และการทำโปรแกรมวัคซีน และ 4) ความพร้อมในการลงทุน (พ่อแม่พันธุ์/ ตู้ฟักไข่ โดยโครงการจะร่วมลงทุนบางส่วน (Partial investment) จำนวน 3 ราย ประกอบด้วย

2.1 เกษตรกรเลี้ยงพ่อแม่พันธุ์ประดู่หางดำเพื่อผลิตลูกไก่พันธุ์แท้ จำนวน 2 ราย ได้แก่

1) นายธงชัย โอ๊ะเรือนแก้ว มีประสิทธิภาพในการเลี้ยงลูกไก่เพื่อผลิตแม่ไก่สาวเฉลี่ย ร้อยละ 40.00 ได้แม่พันธุ์เพื่อผลิตลูกไก่ 60 ตัว (พ่อพันธุ์ 9 ตัว) (ต้นทุนการผลิตแม่ไก่สาว ณ สัปดาห์ที่ 23 เฉลี่ย 229.98 บาท/ตัว) เมื่อคำนวณรายการต่างๆ เมื่อแม่ไก่อายุครบ 52 สัปดาห์ (1 ปี) พบว่า

- แม่ไก่ให้ไข่รวม 5,524 ฟอง มีอัตราการให้ไข่เฉลี่ย 47.41% (ต้นทุนการผลิตไข่ไก่ เฉลี่ย 6.20 บาท/ฟอง) จำนวนไข่สมบูรณ์รวม 5,330 ฟอง คิดเป็นอัตราไข่เข้าฟักเฉลี่ย 96.33% ได้ลูกไก่จำนวนทั้งสิ้น 4,184 ตัว คิดเป็นอัตราการฟักออกของลูกไก่เฉลี่ย 83.92% (ต้นทุนแท้จริงในการผลิตลูกไก่ เฉลี่ย 10.70 บาท/ตัว) ซึ่งหมายความว่า ศูนย์ฯ นายธงชัย มีกำลังการผลิตลูกไก่เพื่อจำหน่ายให้แก่เกษตรกร ในโครงการ และเครือข่ายเกษตรกร เฉลี่ยสัปดาห์ละ 144 ตัว หรือเฉลี่ย 1,046 ตัว/รอบการผลิต (1 ปี 4 รอบการผลิต)

2) นายอานนท์ พงษ์ปรีชานันท์ อำเภอปาย มีประสิทธิภาพในการผลิตไข่จากแม่ไก่สาวที่นำเข้ามาเลี้ยง 60 ตัว เมื่อแม่ไก่อายุครบ 52 สัปดาห์ (1 ปี) พบว่า

- แม่ไก่ให้ไข่รวม 4,037 ฟอง มีอัตราการให้ไข่เฉลี่ย 38.01% จำนวนไข่สมบูรณ์รวม 3,808 ฟอง คิดเป็นอัตราไข่เข้าฟักเฉลี่ย 86.14% ได้ลูกไก่จำนวนทั้งสิ้น 2,842 ตัว คิดเป็นอัตราการฟักออกของลูกไก่เฉลี่ย 75.01% ซึ่งหมายความว่า ศูนย์ฯ นายธงชัย มีกำลังการผลิตลูกไก่เพื่อจำหน่ายให้แก่เกษตรกร

ในโครงการ และเครือข่ายเกษตรกร เฉลี่ยสัปดาห์ละ 118 ตัว หรือเฉลี่ย 711 ตัว/รอบการผลิต (1 ปี 4 รอบการผลิต)

ทั้งนี้จากการเปรียบเทียบประสิทธิภาพกระบวนการลูกไก่พันธุ์แท้ของทั้ง 2 ศูนย์ฯ จะเห็นว่า การคัดลูกไก่เพื่อผลิตเป็นแม่พันธุ์จะให้ผลลัพธ์โดยภาพรวมที่ดีกว่าการใช้ไก่สาวมาผลิตลูกไก่ รวมถึงสัดส่วนพ่อคุมฝูงแม่พันธุ์ควรให้พ่อคุมฝูงแม่ไม่เกิน 7 ตัว เพื่อให้ประสิทธิภาพการผสมพันธุ์ดีขึ้น สำหรับกำลังการผลิตของทั้ง 2 ศูนย์ฯ มีกำลังการผลิตลูกไก่พันธุ์แท้ เพื่อส่งมอบให้แก่เกษตรกรในโครงการ และเครือข่ายเกษตรกร ในราคาตัวละ 16 บาท (สำหรับเกษตรกรในโครงการ) และ 20 บาท (สำหรับเครือข่ายเกษตรกร) เฉลี่ยสัปดาห์ละ 262 ตัว หรือเฉลี่ย 1,757 ตัวต่อรอบการผลิต

2.2 เกษตรกรเลี้ยงพ่อพันธุ์ประจำฝูงแม่พันธุ์ไว้ดเพื่อผลิตลูกไก่พันธุ์ผสม จำนวน 1 ราย คือ นายจรัส อุ่นใจ อำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน คัดลูกไก่เพื่อผลิตแม่ไก่สาวไว้ด จำนวน 265 ตัว มีประสิทธิภาพในการเลี้ยงลูกไก่เพื่อผลิตแม่ไก่สาวไว้ดเฉลี่ยร้อยละ 92.45 ได้แม่พันธุ์ตั้งต้นเพื่อผลิตลูกไก่ 245 ตัว (พ่อพันธุ์ประจำฝูงจากเครือข่าย 30 ตัว) (ต้นทุนการผลิตแม่ไก่สาวไว้ด ณ สัปดาห์ที่ 21 เฉลี่ย 179.02 บาท/ตัว) เมื่อแม่ไก่อายุครบ 52 สัปดาห์ (1 ปี) พบว่า

- แม่ไก่ให้ไข่รวม 38,037 ฟอง มีอัตราการให้ไข่เฉลี่ย 71.74% จำนวนไข่สมบูรณ์รวม 35,938 ฟอง คิดเป็นอัตราไข่เข้าฟักเฉลี่ย 96.74% ได้ลูกไก่จำนวนทั้งสิ้น 27,709 ตัว คิดเป็นอัตราการฟักออกของลูกไก่เฉลี่ย 82.96% ซึ่งหมายความว่า ศูนย์ฯ นายธงชัย มีกำลังการผลิตลูกไก่พันธุ์ผสมเพื่อจำหน่ายให้แก่เกษตรกรในโครงการ และเครือข่ายเกษตรกร เฉลี่ยสัปดาห์ละ 955 ตัว หรือเฉลี่ย 6,927 ตัว/รอบการผลิต (1 ปี 4 รอบการผลิต)

จากปริมาณการผลิตลูกไก่ทั้งพันธุ์แท้ และลูกผสม รวมทั้งสิ้น 8,684 ตัว/รอบการผลิต สามารถส่งมอบให้แก่เกษตรกรในโครงการ และเครือข่ายเกษตรกรได้ตลอดรอบการผลิต 1 ปี ซึ่งเกษตรกรในโครงการ และเกษตรกรเครือข่ายส่วนใหญ่มีการเลี้ยงต่อรอบการผลิตประมาณ 300-500 ตัว ฉะนั้น ปริมาณลูกไก่ที่ผลิตได้ของทั้ง 3 ศูนย์ฯ สามารถขยายการผลิตให้แก่เกษตรกรรายย่อยอื่นๆ ที่สนใจ จึงอาจกล่าวได้ว่า ศูนย์ฯ คัดเลือกพ่อแม่พันธุ์เพื่อผลิตลูกไก่ (ทั้งพันธุ์แท้ และพันธุ์ผสม) ทำให้การเลี้ยงไก่เพื่อสร้างรายได้มีความยั่งยืน

นอกจากนี้ เพื่อให้ศูนย์ฯ สามารถขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไก่ประดู่หางดำในพื้นที่จังหวัดแม่ฮ่องสอน เกษตรกรทั้ง 3 ราย ได้รับการพัฒนาองค์ความรู้ พัฒนาการจัดการฟาร์ม การจัดการตู้ฟัก (ที่สามารถกำหนดเป็นปฏิทินการจัดการตู้ฟักอย่างเป็นระบบ เพื่อให้การผลิตลูกไก่เป็นไปตามปฏิทินการผลิตร่วมกัน) ระบบการกกลูกไก่ เพื่อพัฒนาให้เกษตรกรทั้ง 3 ราย เป็นเกษตรกรผู้นำ และยกระดับเป็นศูนย์คัดเลือกพันธุ์ไก่ประดู่หางดำชุมชน ที่จะเป็นแหล่งผลิต และใช้ประโยชน์สายพันธุ์ไก่ประดู่หางดำพันธุ์แท้ให้แก่ อำเภอปาย และอำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอนต่อไป ผลจากการมีศูนย์คัดเลือกพ่อแม่พันธุ์ ทำให้เกษตรกรได้ลูกไก่ที่มีความน่าเชื่อถือ การขนส่งไม่ไกลจนส่งผลเชิงลบต่อลูกไก่ นอกจากนี้ ยังเสมือนคลังสินค้าเสริมสำหรับรักษาพันธุ์ไก่ประดู่หางดำพันธุ์แท้ให้แก่ชุมชนนอกเหนือจากหน่วยงานราชการ

2.3 การวางแผนคัดเลือกพ่อแม่พันธุ์ที่ตรงตามลักษณะประจำพันธุ์ในชุมชน โดยการสัมภาษณ์และหารือกับเกษตรกรในพื้นที่ สรุปว่าไก่ประดู่หางดำเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคในท้องถิ่น โดยเฉพาะชาวเขา ฉะนั้น เป้าหมายของศูนย์คัดเลือกพ่อแม่พันธุ์ชุมชน เพื่อการผลิตลูก และอนุรักษ์สายพันธุ์ไก่พื้นเมืองพันธุ์แท้ คือ ไก่ประดู่หางดำ ที่มีลักษณะตามหลักเกณฑ์ของกรมปศุสัตว์ทั้งเพศผู้ และเมีย ซึ่งแต่ละศูนย์ฯ จะคัดแม่พันธุ์แท้ประดู่หางดำทดแทน 60 ตัว/ศูนย์ พ่อพันธุ์แท้ประดู่หางดำทดแทน 10 ตัว/ศูนย์ โดยคัดเลือกจากไกรุ่นเพศเมียที่มีลักษณะความเป็นแม่ และให้ไข่ดก และไกรุ่นเพศผู้ที่มีน้ำหนักสูงสุด โดยพันธุ์ไก่ประดู่หางดำที่ทางโครงการวิจัยฯ นำมาให้ศูนย์คัดเลือกพันธุ์ชุมชนเลี้ยงมีต้นกำเนิดจากตระกูลไก่พ่อแม่พันธุ์ประดู่หางดำที่บำรุงรักษาโดย ศูนย์วิจัยและบำรุงพันธุ์สัตว์ตาก กรมปศุสัตว์ ซึ่งส่วนใหญ่มีสายสัมพันธ์เดียวกัน ฉะนั้น โครงการฯ จึงแก้ไขปัญหาโดยการแลกเปลี่ยนไก่พ่อแม่พันธุ์กันระหว่างศูนย์คัดเลือกพันธุ์ชุมชนต่างๆ เพื่อช่วยลดผลกระทบ หรือผลเสียที่เกิดขึ้น และให้เกษตรกรมีการจัดการฟาร์มและการจัดการพ่อแม่พันธุ์ที่ดีให้ตรงตามลักษณะทางพันธุกรรม มีระบบการบันทึก การเก็บข้อมูลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการ

3. เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ขุนในโครงการ จำนวนรวมทั้งสิ้น 12 ราย (รวมเกษตรกรผู้เลี้ยงพ่อแม่พันธุ์ทั้ง 3 ราย) แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มเกษตรกรเลี้ยงพันธุ์แท้ 8 ราย และเลี้ยงพันธุ์ผสม 4 ราย ซึ่งในระยะแรกเกษตรกรทั้ง 12 ราย ได้รับการถ่ายทอดองค์ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการเลี้ยงไก่ประดู่หางดำที่ถูกต้อง ทั้งในเรื่องของพื้นที่การเลี้ยง โรงเรือน การเลี้ยงปล่อย ระบบการให้อาหาร การป้องกันโรค สิ่งแวดล้อม และระยะเวลาที่เหมาะสมในการเลี้ยงขุน รวมถึงรูปแบบการเลี้ยงที่เหมาะสมกับศักยภาพของเกษตรกรแต่ละราย รวมทั้งปริมาณการผลิตตามศักยภาพที่แท้จริงของเกษตรกรแต่ละรายในกลุ่ม โดยเกษตรกรต้องมีความพร้อมในด้านองค์ความรู้ (ทั้งพ่อแม่พันธุ์ ลูกไก่ และไก่ขุน) ด้านเงินลงทุน และด้านมาตรฐานฟาร์ม โดยทั้ง 2 กลุ่ม มีการผลิตสรุปดังนี้

3.1 กลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ขุนพันธุ์แท้ ใช้ระยะเวลาเลี้ยงในระบบเลี้ยงปล่อยธรรมชาติ เฉลี่ย 79 วัน/รุ่น มีต้นทุนเศรษฐศาสตร์ในการผลิตไก่ขุนประดู่หางดำพันธุ์แท้เฉลี่ย 75.07 บาท/กิโลกรัม จำหน่าย 85 บาท/กิโลกรัม ทำให้เกษตรกรมีกำไรจากการจำหน่ายไก่ขุนเฉลี่ย 6.78 บาท/กิโลกรัม (เฉลี่ย 14.86 บาท/ตัว)

3.2 กลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ขุนพันธุ์ผสม ใช้ระยะเวลาเลี้ยงในระบบเลี้ยงปล่อยธรรมชาติ เฉลี่ย 74 วัน/รุ่น มีต้นทุนเศรษฐศาสตร์ในการผลิตไก่ขุนพันธุ์ผสมเฉลี่ย 62.91 บาท/กิโลกรัม จำหน่าย 80 บาท/กิโลกรัม ทำให้เกษตรกรมีกำไรจากการจำหน่ายไก่ขุนเฉลี่ย 19.30 บาท/กิโลกรัม (เฉลี่ย 21.88 บาท/ตัว)

4. การจัดตั้งศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ท้องถิ่น เพื่อลดต้นทุนการผลิตจากการใช้วัตถุดิบอาหารในท้องถิ่นเป็นหลัก (วัตถุดิบชนิดใดไม่เพียงพอจะซื้อจากภายนอก) ทำให้ลดการพึ่งพาภายนอก ผสมผสานกับองค์ความรู้ในการบริหารจัดการพืชอาหาร โภชนะต่ำ ให้เป็นอาหารที่มีโภชนะตามความต้องการของไก่ในแต่ละช่วงเจริญเติบโต โดยกลุ่มมีการตกลงร่วมกันในการปลูกพืชอาหารในพื้นที่ของตนเอง เพื่อการสนับสนุนเสริมสำหรับพืชอาหารบางชนิด โดยเกษตรกรในโครงการหารือทำข้อตกลงร่วมกันที่จะปลูกพืช

อาหารตามศักยภาพของเกษตรกร ร่วมกันวางแผนปฏิทินการปลูกพืชอาหารสัตว์ในพื้นที่ เพื่อเป็นวัตถุดิบเสริมให้แก่ศูนย์ผลิตพืชอาหาร ได้แก่ หญ้า ถั่วเหลือง มันสำปะหลัง ข้าว ข้าวโพด นอกจากนี้วัตถุดิบที่เป็นพืชหายากในท้องถิ่น ประกอบด้วย กล้าย กระถิน ปอสา

สำหรับข้อกำหนดในการจัดตั้งศูนย์ฯ มาจากการมีส่วนร่วมของเกษตรกรในการกำหนดคุณสมบัติหลักของสมาชิกที่จะสามารถจัดตั้งศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ จำนวน 5 ข้อ คือ มีที่ดิน มีห้องสำหรับเก็บพืชอาหาร มีความพร้อมเรียนรู้ มีเวลา และสามารถถ่ายทอดองค์ความรู้ได้ ซึ่งมีเกษตรกรที่ผ่านเกณฑ์ 2 ราย คือ นายธงชัย โอ๊ะเรือนแก้ว และนายอานนท์ พงษ์ปรีชานันท์ โดยสูตรอาหารหลักของศูนย์ฯ คือ มันสำปะหลังหมัก ซึ่งจากการทดลองเลี้ยงไก่ขุนประจักษ์ด้วยสูตรมันสำปะหลังหมัก เมื่อเปรียบเทียบกับ การเลี้ยงไก่ขุนด้วยอาหารสำเร็จรูป พบว่า แม้การเลี้ยงด้วยมันสำปะหลังหมักจะใช้ระยะเวลาเลี้ยงนานกว่า ร้อยละ 8.13 หรือได้น้ำหนักเฉลี่ยต่ำกว่าร้อยละ 5.17 แต่เกษตรกรจะสามารถลดต้นทุนค่าอาหารไก่ได้เฉลี่ย ร้อยละ 27.87 ต่อวัน กำไรสุทธิเฉลี่ยเพิ่มขึ้นร้อยละ 94.52 ต่อตัว นอกจากนี้ อัตราการตายลดลงเฉลี่ยร้อยละ 36.67 ฉะนั้น จึงอาจกล่าวในเบื้องต้นได้ว่า การให้อาหารเสริมด้วยมันสำปะหลังหมักจากศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ท้องถิ่น สามารถเพิ่มรายได้ ลดต้นทุนค่าอาหาร และลดต้นทุนการสูญเสีย

นอกจากนี้ ศูนย์ผลิตพืชอาหารสัตว์ชุมชนของโครงการ 2 ศูนย์ ยังมีการถ่ายทอดองค์ความรู้การผลิตอาหารหมัก ผ่านโปสเตอร์ แผ่นพับ รวมถึงการสาธิตการทำอาหารหมัก ที่ผู้ที่สนใจสามารถเรียนรู้ และนำไปใช้ได้จริง

วัตถุประสงค์ ข้อที่ 2: เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนา ผลิตภัณฑ์แปรรูปผลิตภัณฑ์ไก่ประจักษ์ดำที่มี ศักยภาพทางการตลาด ตอบสนองความต้องการของตลาดทุกระดับ

จากการดำเนินกิจกรรมทั้ง 7 กิจกรรม แนวการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปผลิตภัณฑ์ไก่ประจักษ์ดำที่มี ศักยภาพทางการตลาด ตอบสนองความต้องการของตลาดทุกระดับ มีดังนี้

8. จัดฝึกอบรม/ดูงานให้ความรู้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้เลี้ยงไก่ประจักษ์ดำเรื่อง การเลี้ยงไก่ที่มีระบบ การป้องกันโรค การเลี้ยงสัตว์ที่เหมาะสม และการสร้างโรงเรือนที่ถูกต้อง การใช้ตู้ฟักไข่ การกกลูกไก่โดยใช้แก๊ส การใช้เครื่องผสมอาหาร การออกแบบถังอาหารไก่โดยให้ไก่กินแล้วมีการสูญเสียอาหารน้อย ระบบ การให้น้ำอัตโนมัติ แผนการผลิตและการขุนไก่ของกลุ่มเกษตรกร การทำตลาด

รวมทั้งฝึกอบรมหลักสูตร การแปรรูปไก่ประจักษ์ดำ ณ ศูนย์พัฒนาอุตสาหกรรมปศุสัตว์ กอง ส่งเสริม และพัฒนาการปศุสัตว์ กรมปศุสัตว์ โดยเกษตรกรได้รับความรู้เกี่ยวกับเรื่องวิทยาศาสตร์ทฤษฎีการ แปรรูปเนื้อสัตว์ปีกตามมาตรฐานกรมปศุสัตว์ การตัดแต่งซากไก่ และการลงมือปฏิบัติในการแปรรูป และ วิธีการบรรจุผลิตภัณฑ์การแปรรูป จำนวน 4 ชนิด ได้แก่ ไก่ต้มสมุนไพร ไก่ต้มน้ำปลา ไก่ย่าง และไก่รมควัน

9. เกษตรกรทดลองแปรรูปผลิตภัณฑ์จากไก่ประจักษ์ดำ ตามที่ได้ฝึกอบรม โดยคำนวณต้นทุน และประมาณการผลตอบแทน ทำให้สามารถเปรียบเทียบต้นทุนผลตอบแทนเบื้องต้นในการแปรรูป ผลิตภัณฑ์ทั้ง 4 และไก่มีชีวิต จะเห็นว่า การแปรรูปผลิตภัณฑ์สามารถสร้างอัตรากำไรสุทธิเพิ่มขึ้นจากไก่มีชีวิต

ชีวิตเฉลี่ย 148.83% โดยไก่อรมควันมีอัตรากำไรสุทธิเบื้องต้นสูงสุด (80.61%) รองลงมาคือ ไก่เนิ่งสมุนไพร ไก่ย่าง และไก่ต้มน้ำปลา คิดเป็นร้อยละ 58.81, 51.61 และ 51.38 ตามลำดับ

หลังจากทดสอบให้ผู้บริโภคในห้องดิน และนักท่องเที่ยว ได้ชิมผลิตภัณฑ์ และสอบถามความพึงพอใจ และโอกาสทางการตลาดของผลิตภัณฑ์แปรรูปทั้ง 4 ชนิด สามารถสรุปได้ว่า ผู้บริโภคมีพึงพอใจไก่นิ่งสมุนไพรมากที่สุด รองลงมาคือ ไก่ย่าง ไก่อรมควัน และไก่ต้มน้ำปลา ตามลำดับ โดยไก่ต้มน้ำปลา ผู้บริโภคพอใจในความแน่นนุ่ม และความฉ่ำของเนื้อต่ำกว่าผลิตภัณฑ์ชนิดอื่น สะท้อนให้เห็นว่า มีผู้บริโภคบางส่วนไม่ค่อยชอบไก่ต้มน้ำปลา เพราะเนื้อไม่แน่น และแห้ง ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะอายุไก่ที่นำมาแปรรูปผลิตภัณฑ์ เป็นไก่อายุไม่มาก ทำให้เนื้อนุ่มแน่นมากกว่าที่จะเหี่ยว ดังนั้น การทำเป็นไก่ต้มน้ำปลา จึงทำให้คุณภาพความแน่นของเนื้อลดน้อยลง นอกจากนี้ จากการที่ไก่พื้นเมืองประดู่หางดำ เป็นไก่ที่มีไขมันต่ำกว่าไก่เนื้อเชิงพาณิชย์ทั่วไป เมื่อเวลานำไปทำอาหารที่มีน้ำเป็นส่วนประกอบ ไขมันในเนื้อจึงละลายเข้าสู่ น้ำซุปลง จึงทำให้เนื้อไก่มีความฉ่ำน้อยลงไป ดังนั้น เกษตรกรควรพิจารณาคุณภาพเนื้อไก่จากโภชนาการที่แท้จริง เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับลักษณะของเนื้อไก่ประดู่หางดำ ที่ตอบสนองความพึงพอใจแก่ผู้บริโภค

และเมื่อถามถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ พบว่า การสร้างการรับรู้ของผู้บริโภคไม่ว่าจะด้วยการประชาสัมพันธ์ หรือการจัดแสดงผลิตภัณฑ์ และความสะดวกในการเข้าถึง และความสะดวกในการบริโภค มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสูง ดังนั้น หากเกษตรกรพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปปัจจัยที่จะต้องคำนึงมากที่สุด คือ แหล่งจำหน่าย ที่จะต้องทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว และมีระยะเวลาจำหน่ายนาน (เช่น 7-11 หรือร้านสะดวกซื้อเปิด 24 ชั่วโมง ในปั๊มน้ำมันต่างๆ เป็นต้น) นอกจากนี้ การบรรจุภัณฑ์ที่สามารถบริโภคได้สะดวก หรือใส่ไมโครเวฟได้ ซึ่งเป็นวิธีการบริโภคปกติของผู้บริโภคในปัจจุบัน มีน้ำหนัก และราคา พร้อมรับประทาน จะสร้างโอกาสทางการตลาดให้แก่ผลิตภัณฑ์ไก่ประดู่หางดำได้เป็นอย่างดี

10. สินค้าส่วนใหญ่จะถูกจดจำด้วยตราสินค้า และสัญลักษณ์ ฉะนั้น เพื่อสร้างจุดเด่น การจดจำง่าย และความภักดีในการบริโภคผลิตภัณฑ์ไก่พื้นเมืองประดู่หางดำ กลุ่มจึงร่วมกันจัดสร้างแบรนด์ท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ประจำเมืองแม่ฮ่องสอน โดยใช้รูปที่สื่อถึงความเป็นเอกลักษณ์ของไก่ประดู่หางดำ และสื่อถึงความเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดแม่ฮ่องสอน ที่ทุกฤดูกาลจะมีอากาศเย็น และมีหมอกในตอนเช้า เพื่อเป็นตราสินค้า และมีข้อความไก่ประดู่หางดำเมืองสามหมอกกำกับ เพื่อแสดงถึงถิ่นที่มา เพื่อสร้างความแตกต่าง และผู้บริโภคเกิดความมั่นใจในผลิตภัณฑ์ที่ส่งตรงจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค ตลอดจนสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้

11. จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภค ทำให้กลุ่มเข้าใจความชื่นชอบของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ และแนวทางในการสร้างโอกาสทางการตลาด ทำให้กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์เป็นไก่สดแช่แข็ง ไก่นิ่งสมุนไพร และไก่ย่าง บรรจุในสุญญากาศที่สามารถทำให้สุกจากไมโครเวฟตามความต้องการของผู้บริโภค เพิ่มมูลค่าและขยายโอกาสทางการตลาด โดยได้รับความอนุเคราะห์จากโรงงานแปรรูปเนื้อสัตว์กรมปศุสัตว์

12.การสำรวจความต้องการของบริโภค ความต้องการตลาดเนื้อไก่ประจําหองคํา และผลิตภัณฑ์ 2 กลุ่ม (ไก่สดแช่แข็ง และผลิตภัณฑ์พร้อมบริโภค) ขึ้นส่วน รูปแบบ และวิธีการบริโภคของผู้บริโภคในตลาดระดับต่างๆ พบว่า ประเภทของอาหารที่ผู้บริโภคนิยมประกอบอาหารเป็นอันดับแรก คือ ทอด โดยใช้เนื้อไก่สดส่วนปีก และน่อง (ร้อยละ 15.73 และ 12.36 ตามลำดับ) รองลงมาคือ อาหารประเภท แกง เช่น แกงไก่ ข้าวไก่ อ่อมไก่ เจียวหวานไก่ ต้มยำไก่ โดยใช้เนื้อไก่ส่วนน่อง และไก่สดทั้งตัว และอาหารจานเดียว เช่น ข้าวมันไก่ ข้าวซอย โดยนิยมใช้ไก่สดทั้งตัว หรือชิ้นส่วนน่อง และอก

ฉะนั้น การต่อยอดสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในตลาดระดับต่างๆ กลุ่มมีการวางแผนการตลาดที่สอดคล้องกับการผลิต และสามารถบริหารความเสี่ยงด้านการตลาดร่วมกัน โดยการตลาดสำหรับตลาดระดับกลาง ใช้ไก่ขุนลูกผสมเลี้ยงในระบบ All in all out และการตลาดสำหรับตลาดระดับบน ใช้ไก่ขุนพันธุ์แท้ในระบบเลี้ยงปล่อยหากินตามธรรมชาติ (Free range) ซึ่งมีการแปรรูปผลิตภัณฑ์ 3 ชนิด คือ ไก่สดแช่แข็ง ไก่เนื้อมูเนาะไฟร และไก่ย่าง ผ่านโรงฆ่าสัตว์ปีกมาตรฐานความปลอดภัยด้านอาหาร โดยไก่แปรรูปจะเป็นไก่แตก Size รวมถึงไก่ที่มีคําหนักจากกระบวนการฆ่า และชำแหละ เพื่อเพิ่มมูลค่า ด้วยการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ที่ปรุงสำเร็จ และพร้อมบริโภค และทดสอบตลาดโดยจําหน่ายในตลาดเฉพาะ เช่น แจ่มฟ้าซูเปอร์มาร์เก็ต จังหวัดลําพูน เป็นต้น

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด (Feasibility study) เพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจําหน่ายผลิตภัณฑ์จากไก่ประจําหองคําในตลาดทุกระดับ ของกลุ่มเกษตรกรอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน

จากการดําเนินกิจกรรมทั้ง 7 กิจกรรม สรุปความเป็นไปได้ทางการตลาด ดังนี้

1. จุดจําหน่ายไก่ประจําหองคําหลากหลายรูปแบบ (ไก่มีชีวิต ไก่สด ไก่สดแช่แข็ง ผลิตภัณฑ์จากไก่ประจําหองคํา) จากการรวมกลุ่มผลิต และจําหน่ายของเกษตรกร เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในแต่ละระดับ (รายได้ที่เกิดขึ้นนอกจากหมุนเวียนเป็นทุนในการเลี้ยงไก่ ยังใช้เพื่อช่วยเหลือเกษตรกรที่ประสบปัญหาในการเลี้ยง) จุดจําหน่ายในพื้นที่จังหวัดแม่ฮ่องสอน ประกอบด้วย

1.1 จุดจําหน่ายของกลุ่มเกษตรกรบ้านทุ่งยาว เลขที่ 82 หมู่ 9 ตำบลทุ่งยาว อำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน ตั้งอยู่บนถนนเส้นทางหลักก่อนเข้าอำเภอปาย ประมาณ 8 กิโลเมตร ทำให้มีนักท่องเที่ยวเป็นจํานวนมาก นอกจากนี้ บริเวณจุดจําหน่ายของกลุ่ม ยังจัดทําเป็นตลาดชุมชนเล็กๆ ทำให้นักท่องเที่ยวให้ความสนใจ แวะซื้อสินค้า รวมถึงไก่มีชีวิต (น้ำหนัก 1-1.2 กิโลกรัม) ไก่สด ไก่สดแช่แข็ง และผลิตภัณฑ์แปรรูปจากไก่ประจําหองคํา ซึ่งการรวมกลุ่มผลิต และจําหน่าย (ไม่ผ่านพ่อค้าคนกลาง) ทำให้กลุ่มสามารถกำหนดราคาจําหน่ายที่เป็นธรรมได้เอง (จุดจําหน่ายนี้สามารถสร้างยอดขายเฉลี่ยประมาณ 23,000 บาท/เดือน)

1.2 จุดจําหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปจากไก่ประจําหองคํา ร่วมกับสมุนไพรมะนาว ในรูปของของวิสาหกิจชุมชน ตั้งอยู่ที่ 67/1 หมู่ 4 ต.แม่ฮี้ อำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน บนถนนเส้นหลักของแหล่งท่องเที่ยวก่อนถึงสะพานประวัติศาสตร์ ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีร้านค้าต่างๆ มากมาย สามารถดึงดูดผู้บริโภคในท้องถิ่น และนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี จุดจําหน่ายนี้มีความแตกต่างกับจุดจําหน่ายอื่น คือ มี

สมุนไพรไทยจำหน่าย พร้อมนำเสนอองค์ความรู้ด้านภูมิปัญญาของสมุนไพร สามารถดึงดูดผู้บริโภคให้เยี่ยมชมสินค้าภายในร้านมากขึ้น จึงเป็นโอกาสทางการตลาดที่ผู้บริโภคจะได้สัมผัส/ รับรู้ ถึงผลิตภัณฑ์แปรรูปจากไถ่ประดู่หางดำ (ไถ่สดแช่แข็ง และผลิตภัณฑ์แปรรูป) จุดจำหน่ายนี้สามารถสร้างยอดขายได้เฉลี่ย 2,000-3,000 บาท/เดือน

1.3 ขยายจุดจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปจากไถ่ประดู่หางดำ และไถ่ประดู่หางดำมีชีวิต อำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอนในรูปวิสาหกิจชุมชน ริมถนนเชียงใหม่-ปาย ซึ่งเป็นแหล่งชุมชน มีการคมนาคมสะดวก จำหน่ายไถ่ขุนอายุ 90-100 วัน น้ำหนักเฉลี่ย 1.2 กิโลกรัม มียอดการจำหน่ายประมาณ สัปดาห์ละ 300 ตัวราคา กิโลกรัมละ 120-150 บาท (ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นชาวเขา) ส่วนจุดจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปประดู่หางดำ ตั้งอยู่ถัดจากจุดจำหน่ายไถ่ประดู่หางดำมีชีวิตไปประมาณ 2 กิโลเมตร อยู่ใจกลางอำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน ซึ่งมีผู้คนสัญจรพลุกพล่าน จึงเป็นจุดจำหน่ายที่สามารถสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรอย่างเป็นรูปธรรม

2. ขยายจุดจำหน่ายนอกพื้นที่จังหวัดแม่ฮ่องสอน

2.1 กาดแม่โจ้ 2477 โดยความร่วมมือของจังหวัดเชียงใหม่ และมหาวิทยาลัยแม่โจ้ ให้เป็นศูนย์กลางตลาดสินค้าเกษตรปลอดภัยโดยตรงจากผู้ผลิตสู่ผู้บริโภค ตามมาตรฐานการผลิตอาหารปลอดภัยระดับสากล โดยโครงการร่วมจำหน่ายผลิตภัณฑ์ 4 ชนิด ได้แก่ ไถ่ประดู่หางดำนิ่งสมุนไพร (ราคา 85 บาท) ไถ่ต้มน้ำปลา (ราคา 85 บาท) ไถ่เนื้อซีอิ๊วเห็ดหอม (ราคา 110 บาท) และไถ่รมควัน (ราคา 85 บาท) สามารถสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกร 2,000-3,000 บาท/เดือน

2.2 แจ่มฟ้าซอปปิงมอลล์ จังหวัดลำพูน ตั้งอยู่ที่ 160 หมู่ 1 ถนนอินทนิยศ ตำบลในเมือง อำเภอเมืองลำพูน จังหวัดลำพูน เป็นห้างสรรพสินค้าในตลาดระดับกลาง โดยจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูป ได้แก่ ไถ่นิ่งสมุนไพร ไถ่ต้มน้ำปลา ไถ่รมควัน ในราคาส่งขึ้นละ 80 บาท (น้ำหนัก 400 กรัม) และไถ่เนื้อซีอิ๊วเห็ดหอม ในราคาส่งขึ้นละ 100 บาท (น้ำหนัก 600 กรัม) ซึ่งห้างฯ มีค่าการตลาด ร้อยละ 25 โดยบวกเข้ากับราคาสินค้าทำให้สินค้ามีราคาเพิ่มขึ้น จากเดิมราคาขึ้นละ 80 บาทเป็น 100 บาท และราคาขึ้นละ 100 บาทเป็น 125 บาท

2.3 ร้านแบล็คคิทเชน ตั้งอยู่ 7/1 ซ.นิมมานเหมินท์ 7 ถ.นิมมานเหมินท์ ต.สุเทพ อ.เมืองเชียงใหม่ จ.เชียงใหม่ เป็นร้านอาหารนานาชาติ สไตล์อาหารไทย ยุโรป ฟิวชั่น หรือ อาหารญี่ปุ่น ซึ่งมีความต้องการไถ่ประดู่หางดำที่เลี้ยงในระบบธรรมชาติ จำนวน 10-15 ตัว/อาทิตย์ โดยเกษตรกรจำหน่ายไถ่ประดู่หางดำ กิโลกรัมละ 160 บาท สามารถสร้างรายได้เสริม และเป็นทางเลือกให้แก่เกษตรกรได้

2.4 ขยายตลาดโดยร่วมกับหน่วยงานราชการในท้องถิ่น และเครือข่าย ประกอบด้วย การตั้งร้านในตลาดนัดช่วงเย็น (ถนนคนเดิน) ของเทศบาล ตำบลเวียงใต้ อ.ปาย จ.แม่ฮ่องสอน และร่วมลงทุนกับผู้ประกอบการในพื้นที่ อำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน ได้แก่ ร้านอาหาร (best/ beer) Resorts (Nock Down Resort) โรงแรมที่มีร้านอาหารบริการ ซึ่งการเชื่อมโยงเครือข่ายความร่วมมือผู้ประกอบการร้านอาหารต่างๆ เป็นผลกระทบเชิงบวกจากการจัดกิจกรรม Chief รับประทานอาหาร โดยประชาสัมพันธ์ผ่านวิทยุท้องถิ่น และ

spot วิทยุ ซึ่งเมนูอาหารที่สร้างความอร่อยกว่าเชิงเปรียบเทียบ (เปรียบเทียบกับไก่เนื้อขาว) ได้แก่ ไก่ย่าง ไก่
นึ่งสมุนไพร ฮังเล่ไก่ และต้มส้มขอมมะขามไก่

3. ลักษณะ/พฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภคในตลาดแต่ละระดับ

3.1 ไก่มีชีวิต แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ

- กลุ่มผู้บริโภคชาวเขาเผ่าต่างๆ ในท้องถิ่น นิยมซื้อไก่ในช่วงหน้าหนาว เพื่อประกอบพิธีกรรมของชนเผ่า โดยต้องการน้ำหนักไก่ประมาณ 1.0-1.2 กิโลกรัม (ส่วนใหญ่ต้องการตัวเล็ก เพราะต้องการใช้หลายตัวเพื่อทำพิธีกรรม แต่กำลังทรัพย์มีจำกัด) ช่วงหน้าหนาวสามารถจำหน่ายได้สัปดาห์ละ 400-500 ตัว (เฉลี่ยเดือนละประมาณ 1,600 - 2,000 ตัว) ในราคา 110-140 บาท/กิโลกรัม

- กลุ่มผู้บริโภคทั่วไป ต้องการไก่อายุ 90-100 วัน น้ำหนัก 1.2 กิโลกรัม

3.2 ไก่สด และไก่สดแช่แข็ง ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้บริโภคในท้องถิ่น ร้านอาหาร/ภัตตาคาร

3.3 ผลิตภัณฑ์แปรรูป ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้บริโภคในท้องถิ่น และนักท่องเที่ยว

4. แผนการตลาด

โครงการมีการวางแผนการผลิต ให้เป็นปฏิทินการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในแต่ละช่วงเวลา (แต่ยังไม่เป็นระบบ) และมีการประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้อย่างต่อเนื่อง เพื่อกระจายผลผลิตไก่ขุนไปสู่เครือข่ายผู้ประกอบการ ร้านอาหาร โรงแรม ภัตตาคาร กลุ่มรีสอร์ท ภัตตาคาร และกลุ่มผู้ประกอบการเชิงไก่สดชำแหละ

ดังนั้น กลุ่มจึงมีการประชุม เพื่อแก้ไขปัญหาร่วมกัน ตั้งแต่การผลิต ไปจนถึงการจำหน่าย โดย

4.1 การผลิต:

- มุ่งเน้นให้เกษตรกรในโครงการ และเครือข่ายเกษตรกรมีการจัดการฟาร์มตามมาตรฐานฟาร์มให้มากที่สุด เพื่อลดต้นทุนการผลิต

- ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ในการพัฒนาการเลี้ยงให้ไก่อายุ และน้ำหนักตามเกณฑ์ของกลุ่ม และตามความต้องการของตลาด คือ ไก่ขุนพันธุ์แท้ อายุเลี้ยงเฉลี่ย 80 วัน น้ำหนักเฉลี่ย 1.2 กิโลกรัม ไก่ขุนพันธุ์ผสม อายุเลี้ยงเฉลี่ย 74 วัน น้ำหนักเฉลี่ย 1.2 กิโลกรัม

4.2 การตลาด:

- ไก่มีชีวิต สำหรับชนเผ่าที่มีความต้องการไก่ชนสีดำ ปากดำ และที่สำคัญที่สุด คือ แข็งค่านั่น กรณีไก่พันธุ์ผสม จะคัดเฉพาะไก่แข้งดำจำหน่ายตามจุดจำหน่ายไก่มีชีวิตของกลุ่มโดยเฉพาะในช่วงฤดูหนาว เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภคกลุ่มชนเผ่า (ส่วนไก่พันธุ์ผสมแข็งแรงจะนำไปแปรรูป)

- ไก่มีชีวิตในพื้นที่ยังมีความต้องการสูงตลอดทั้งปี แต่กลุ่มยังไม่สามารถผลิตได้ตามปริมาณความต้องการของตลาด และยังไม่สามารถผลิตได้ตามปฏิทินการผลิต ฉะนั้น กลุ่มมีการวางแผนร่วมกันในการสร้างเครือข่ายการผลิตเพิ่ม

- ผลิตภัณฑ์ (ไก่สดชำแหละ และผลิตภัณฑ์แปรรูป) ร่วมลงทุนกับผู้ประกอบการในท้องถิ่น หรือการเป็นพันธมิตรกับห้างสรรพสินค้า

- ขยายการลงทุนร่วมกับพันธมิตรธุรกิจที่เป็นร้านอาหาร ได้แก่

- ร้าน Knock down (จำหน่ายไก่ย่างส้มตำ) วางแผนขยายร้านเพิ่ม 3 จุด คือ อำเภอปาย 1 จุด และอำเภอเมือง 2 จุด จะทำให้ผู้บริโภคทั้งความอร่อย และรสชาติของไก่ประดู่หางดำ นอกจากนี้ หากมีการติดป้ายประชาสัมพันธ์จะทำให้ผู้บริโภคเข้าใจถึงความแตกต่างมากขึ้น

- ร้านคุณศรีเพ็ญ สุขศรี และร้านคุณศรีวรรณ คำปันหล้า ในพื้นที่อำเภอเมือง ซึ่งเป็นร้านอาหารที่จำหน่ายทั้งแบบปรุงสุก และนำผลิตภัณฑ์แปรรูปของกลุ่มเกษตรกรที่รวมตัวเป็นกลุ่มวิสาหกิจ มาจำหน่าย เพื่อสร้างการรับรู้ให้แก่ผู้บริโภคทั้งในท้องถิ่น และนักท่องเที่ยว ร้านอาหารแห่งนี้สามารถสร้างกำไรเพิ่มจากเดิมเฉลี่ย 50%

- ร้านคุณชลธิชา หล้าวงศ์ ในพื้นที่อำเภอปาย ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของจังหวัดแม่ฮ่องสอน ตั้งอยู่ในตลาดชุมชน ที่เกษตรกรนำผลผลิตจากเรือสวนไร่มาจำหน่าย ทำให้เป็นที่สนใจทั้งของคนท้องถิ่น และนักท่องเที่ยว ดังนั้น การจำหน่ายไก่ประดู่หางดำ ทั้งในรูปแบบปรุงสุก และบรรจุภัณฑ์แปรรูป ร้านอาหารแห่งนี้สามารถสร้างกำไรเพิ่มขึ้นจากเดิมเฉลี่ย 35%

4.3 การประชาสัมพันธ์:

- ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อวิทยุท้องถิ่น สม่่าเสมอ

- จัดกิจกรรม (event) เกษตรกรพบผู้บริโภคของจังหวัด

- หน่วยงานท้องถิ่นที่เกี่ยวข้อง ประชาสัมพันธ์/ ให้ความรู้แก่ผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจถึงความแตกต่างระหว่างการเลี้ยงไก่ประดู่หางดำที่มีมาตรฐานฟาร์ม กับการเลี้ยงไก่พื้นเมืองทั่วไป รวมถึงระบบการตรวจสอบย้อนกลับ เพื่อเป็นลักษณะเด่นของไก่พื้นเมืองประดู่หางดำ

- ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ต่างๆ ซึ่งเป็นสื่อแบบ 2 ทาง ทำให้เกษตรกรเข้าใจความต้องการของผู้บริโภค และผู้บริโภคเข้าใจคุณค่าที่แตกต่างของไก่ประดู่หางดำมากขึ้น จะส่งผลต่อความเต็มใจจ่ายของผู้บริโภคที่นอกจากจะได้ความอร่อยของไก่พื้นเมือง ยังได้ความปลอดภัยอาหารจากมาตรฐานฟาร์มตั้งแต่ผลิต ไปจนถึงการแปรรูปผ่านโรงฆ่าสัตว์ปีกชุมชน อีกทั้งยังสามารถสร้างโอกาสทางการตลาดในอนาคต เนื่องจาก สื่อออนไลน์จะเป็นที่สนใจของผู้ประกอบการ หากผลิตภัณฑ์ชุมชนใดเป็นที่ต้องการของตลาด ผู้ประกอบการห้างสรรพสินค้าจะให้ความสนใจ และเป็นโอกาสทางการตลาดที่ดีให้แก่เศรษฐกิจชุมชน

4.4 ระบบการผลิต และการตลาด: ยังไม่เป็นระบบ กลุ่มจึงมีแผนสำหรับการปรับระบบการผลิต ที่สอดคล้องกับการตลาด โดยวางแผนร่วมกันกับเครือข่ายผู้ประกอบการของกลุ่ม เพื่อประมาณการปริมาณความต้องการผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะ ไก่สดชำแหละ เพื่อให้มีสัดส่วนเพียงพอทั้งผู้บริโภคที่เป็นชนเผ่า และผู้บริโภคไก่สดชำแหละ

ประเด็นน่าสนใจ

จากข้อเสนอแนะของผู้ประกอบการที่ร่วมลงทุนกับกลุ่มวิสาหกิจ ต่อราคาที่สูงกว่าไก่พื้นเมืองทั่วไป ซึ่งยังคงเป็นประเด็นปัญหาส่งผลกระทบต่อความเต็มใจจ่ายของผู้บริโภค ดังนั้น การประชาสัมพันธ์เชิงรุก

และการสร้างการรับรู้ เพื่อสร้างกระแสการบริโภคไก่ประดู่หางดำอย่างเข้าใจในตำแหน่งการตลาดของไก่ประดู่หางดำยังคงมีความจำเป็น และต้องประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ผู้บริโภคยอมรับในคุณค่า และเต็มใจจ่ายเพื่อคุณค่านั้น

ข้อเสนอแนะ

1. แนวทางการเชื่อมโยงระบบการผลิต และการตลาด ที่เหมาะสมกับเกษตรกร คือ การมีส่วนร่วมในทุกกระบวนการ การถ่ายทอดองค์ความรู้ตามหลักวิชาการที่เหมาะสมสอดคล้องกับสภาพพื้นที่ และศักยภาพที่แท้จริงของเกษตรกร รวมถึงการสนับสนุนปัจจัยเกื้อหนุนต่อความยั่งยืน เช่น การจัดตั้งศูนย์คัดเลือกพ่อแม่พันธุ์ และศูนย์ผลิตพืชอาหารท้องถิ่น ที่บริหารจากเกษตรกรผู้นำในท้องถิ่น ที่เกษตรกรทุกคนให้การยอมรับ ซึ่งคัดเลือกด้วยความสมัครใจ และกลุ่มให้การรับรองและยอมรับ จะก่อให้เกิดความเชื่อมั่นซึ่งกันและกัน สร้างความสามัคคี ความเข้มแข็งให้กับกลุ่ม ทั้งนี้จากผลการวิจัย พบว่า

1.1 ผู้นำเกษตรกรซึ่งเป็นเสมือนหัวจักรในการขับเคลื่อน ทั้ง 2 ศูนย์ฯ ยังมีประสิทธิภาพในการผลิตพ่อแม่พันธุ์ไม่เต็มศักยภาพของพันธุ์ กล่าวคือ อัตราการให้ไข่ต่อแม่ต่อปี ยังต่ำกว่าเกณฑ์มาตรฐาน (กรมปศุสัตว์) ฉะนั้น จึงควรมีการอบรมความรู้ที่เกี่ยวข้องอย่างสม่ำเสมอ รวมถึงการดูงานจากฟาร์มเลี้ยงที่หลากหลาย เพื่อสามารถนำองค์ความรู้ที่ได้มาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาประสิทธิภาพการผลิตให้สูงขึ้น

1.2 ศูนย์ผลิตพืชอาหารท้องถิ่น เป็นอีกปัจจัยเกื้อหนุนที่ก่อให้เกิดความยั่งยืนในอาชีพ เนื่องจากใช้พืชอาหารหาง่ายในท้องถิ่น การปลูกพืชจากทรัพยากรที่มีอยู่ หรือผลพลอยได้จากการเพาะปลูก เป็นวัตถุดิบต้นทุนต่ำ แต่ให้โภชนะที่สอดคล้องกับความต้องการของไก่ในแต่ละระยะการเจริญเติบโต ช่วยลดต้นทุนการผลิต แต่จากการทดลองเลี้ยงไก่ขุนสูตรมันสำปะหลังหมัก พบว่า แม้จะสามารถลดต้นทุนได้เฉลี่ยร้อยละ 27.87 บาท/วัน แต่ใช้ระยะเวลานาน และได้ น้ำหนักน้อยกว่าการใช้อาหารสำเร็จรูป ฉะนั้น หากกลุ่มสามารถพัฒนาสูตรอาหารให้ไก่มีน้ำหนักที่ดีขึ้นจะช่วยเพิ่มรายได้ให้แก่เกษตรกร

1.3 การแบ่งงานกันทำ ทำให้เกษตรกรแต่ละรายสามารถใช้ทรัพยากร และความพร้อมที่มีอยู่ได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ ทำให้ไม่เป็นการเพิ่มภาระให้กับวิธีการเกษตร จึงทำให้เกษตรกรสามารถเลี้ยงไก่ในรูปแบบการเลี้ยงที่สอดคล้องกับศักยภาพของตนเอง ได้แก่ รูปแบบการเลี้ยงพ่อแม่พันธุ์ รูปแบบการเลี้ยงขุนแบบปล่อยธรรมชาติ หรือรูปแบบการเลี้ยงกึ่งเปิดกึ่งปิด ซึ่งแต่ละรูปแบบจะมีเงื่อนไขเบื้องต้นแตกต่างกัน นอกจากนี้ การเลี้ยงไก่เป็นอาชีพเสริมที่ใช้เวลาในการเลี้ยงเพียงวันละ 0.5-1.0 ชั่วโมงต่อวัน แต่สามารถสร้างรายได้ให้ครอบครัว อีกทั้งยังเป็นการใช้ทรัพยากรธรรมชาติได้อย่างคุ้มค่า ฉะนั้น หากเกษตรกรในพื้นที่อื่นต้องการรายได้เสริม จึงควรประเมินศักยภาพความพร้อมของตนเอง และทรัพยากรที่มีอยู่ เพื่อให้อาชีพนั้นไม่เป็นการสร้างภาระให้แก่ครัวเรือน

1.4 การวางแผนการผลิตร่วมกัน ทำให้กลุ่มสามารถประมาณการปริมาณไก่ขุนที่จะจำหน่ายในแต่ละเดือนได้ ซึ่งจะสามารถเชื่อมโยงไปสู่ตลาด และความต้องการของตลาด เพื่อวางแผนผลิตได้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดในแต่ละเดือน เช่น ช่วงฤดูฝนเป็นช่วงที่มีอาหารธรรมชาติทดแทนจำนวนมาก

ส่งผลต่อปริมาณการบริโภคเนื้อไก่ลดลง ฉะนั้น หากเกษตรกรไม่มีการวางแผนการผลิตเพื่อการแปรรูป ก็จะประสบปัญหาไก่ล้นตลาด ส่งผลต่อราคาต่ำลง แต่การแปรรูปผลิตภัณฑ์นอกจากจะสามารถสร้างความสมดุลในตลาด ยังเป็นการเพิ่มมูลค่าจากสินค้าแปรรูป สร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรอย่างต่อเนื่อง และเต็มคุณค่ากระบวนการบริหารจัดการไก่ประดู่หางดำอย่างเป็นระบบ ฉะนั้น การประกอบอาชีพการเกษตร นอกจากประสิทธิภาพ /คุณภาพ การผลิตแล้ว การคาดการณ์ภาวะตลาดเป็นปัจจัยสำคัญหนึ่งที่จะทำให้อาชีพนั้นสร้างรายได้อย่างต่อเนื่อง และไม่สร้างปัญหา ก่อให้เกิดความยั่งยืน

2. แนวทางการพัฒนา ผลิตภัณฑ์แปรรูปผลิตภัณฑ์ไก่ประดู่หางดำที่มีศักยภาพทางการตลาด ตอบสนองความต้องการของตลาดทุกระดับ ได้แก่ ไก่สดชำแหละ ไก่สดแช่แข็ง และผลิตภัณฑ์แปรรูปพร้อมปรุง (ไก่นึ่งสมุนไพร และไก่ย่าง) เป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการทดสอบชิม และเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคในตลาดแต่ละระดับ ซึ่งผู้บริโภคมีความพึงพอใจในรสชาติ และรสสัมผัสจากเนื้อไก่ มากกว่าผลิตภัณฑ์ชนิดอื่นๆ ฉะนั้น การสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภค ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ชนิดใหม่ การทดสอบชิมผลิตภัณฑ์จริง จะสามารถเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภค และสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความต้องการได้

3. ความเป็นไปได้ทางการตลาด (Feasibility study) เพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากไก่ประดู่หางดำในตลาดทุกระดับ ของกลุ่มเกษตรกรอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน ซึ่งจากการวิจัย พบว่าการประชาสัมพันธ์ผ่านกลุ่มหัวหน้าครัว โดยการแข่งขันประกวดการทำอาหารจากไก่ประดู่หางดำ สามารถสร้างกระแสความนิยมการบริโภคไก่ประดู่หางดำ ที่ส่งผลต่อเนื่องไปยังผู้บริโภคได้โดยตรง นอกจากนี้ การสร้างพันธมิตรการค้ากับผู้ประกอบการร้านอาหาร หรือแม้แต่ห้างสรรพสินค้าด้วยแบรนด์ท้องถิ่น สามารถขยายฐานผู้บริโภค และขยายการรับรู้ให้แก่ผู้บริโภคได้ ซึ่งส่วนหนึ่งสะท้อนให้เห็นว่า ไก่ประดู่หางดำมีโอกาสด้านการตลาดด้วยคุณค่าของกระบวนการเลี้ยง คุณสมบัติการบริโภค และคุณค่าของสายพันธุ์

เอกสารอ้างอิง

- กนก ผลารักษ์ และคณะ. 2528. การปรับปรุงการเลี้ยงไก่พื้นเมืองในระดับหมู่บ้านของนิคมสร้างตนเอง. คณะเกษตรศาสตร์. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- กรมปศุสัตว์. 2549. "คู่มือการปฏิบัติเกี่ยวกับโรงฆ่าสัตว์". [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.dld.go.th/certify/th/images/stories/manuals/slaughterhouse/manual.pdf> (18 ต.ค. 2558)
- กฤษฎิกา คงสมพงษ์. 2552. สร้างการรับรู้ : ต้องประหยัดและตรงกลุ่ม". [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.prachachat.net/view_news.php?newsid=02biz03071252§ionid=0214&day=2009-12-07
- เกรียงไกร โชประการ. 2551. การพัฒนาการผลิตไก่พื้นเมือง และไก่ลูกผสมพื้นเมือง. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย. กรุงเทพมหานคร
- ชนิษฐา เรืองวิทยานุสรณ์. 2556. การเลี้ยงไก่พื้นเมืองด้วยอาหารในระบบเกษตรธรรมชาติ. [แหล่งข้อมูลออนไลน์] ที่มา http://ansku.files.wordpress.com/2013/04/nr18_oral.pdf (12 กันยายน 2558)
- จันทร์พร เจ้าทรัพย์และกัลยา ตันติวิสุทธิกุล. 2549. คุณภาพซาก สัตว์ และส่วนประกอบทางเคมีของเนื้อไก่สายพันธุ์พม่า ไก่กระทงและไก่พื้นเมืองสายพันธุ์ไทย. การประชุมวิชาการมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ครั้งที่ 44 3มกราคม-2กุมภาพันธ์ 2559
- คชาภรณ์ เต็มยอด. 2558. มาตรฐานสินค้าเกษตรสู่การรับรองผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าและความเชื่อมั่น. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา http://www.acfs.go.th/news/docs/acfs_17-09-58-14.pdf (19 ต.ค. 2558)
- ชูชัย สมितिไกล. 2554. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชูศักดิ์ ประภาสวัสด์ และคณะ. 2556. การซื้อ และการบริโภคไก่ของผู้บริโภคในจังหวัดขอนแก่น มหาสารคาม และเลย. แก่นเกษตร 41. มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- ณรงค์ วีรารักษ์, บัณฑิต กิตติการกุล และชนิษฐา ศรีนวล. 2560. "การบริหารจัดการระบบการเลี้ยงไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่ในระบบเลี้ยงปล่อยธรรมชาติพื้นที่จังหวัดแม่ฮ่องสอน คู่มือมาตรฐานฟาร์มไก่พื้นเมือง และการสร้างแบรนด์ของเกษตรกร". รายงานการวิจัย. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- ศิริพร กิตติการกุล. 2557. คู่มือการตลาดไก่พื้นเมือง โครงการระบบการสร้างอาชีพการเลี้ยงไก่ประดู่หางดำสำหรับเกษตรกรรายย่อย. มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- อำนวย เลี้ยวธารากุล และคณะ. 2553. "การสร้างอัตลักษณ์ของไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่ 1". [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://elibrary.trf.or.th/project_content.asp?PJID=RDG5320013
- อำนวย เลี้ยวธารากุล และคณะ. 2554. "การพัฒนากระบวนการผลิตไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่สู่อาหารปลอดภัยสำหรับผู้บริโภค". [ระบบออนไลน์] แหล่งที่มา: http://elibrary.trf.or.th/project_content.asp?PJID=RDG5420088 (18 ต.ค. 2558)

อุษา กลิ่นหอม และคณะ. 2548. โครงการภูมิปัญญาในการผลิตและการจัดการผลผลิตไก่พื้นเมืองของชน
 เผ่าในภาคอีสาน. รายงานฉบับสมบูรณ์. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย. กรุงเทพมหานคร
 อังคนาภรณ์ พงษ์ด้วง อำนวย เลี้ยวธารากุล และสัญญา จตุรสิทธา. 2556. คุณภาพการบริโภค กลิ่นและ
 รสชาติของเนื้อไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่ 1 ไก่ลูกผสมประดู่หางดำเชียงใหม่ 1 และไก่กระทง. Journal
 of Agri. Research & Extension 30(2): 37-46

Department for Environment, Food & Rural Affairs. 2012. **Poultry farming: welfare regulations.**

[Online] Available <https://www.gov.uk/guidance/poultry-welfare-guidance-on-the-farm> Farhan

Sheikh. 2012. Poultry Housing Systems. [Online] <http://thepoultryguide.com/poultry-housing-systems/>

Van Horne, P. M. and T. J. Achterbosch. 2007. **Animal welfare in poultry production systems: impact
 of European Union standards on world trade.** [Online] Available

http://www.fao.org/ag/againfo/home/events/bangkok2007/docs/part2/2_5.pdf

ภาคผนวก

กระบวนการดำเนินงานในโรงฆ่าสัตว์ปีกชุมชนกลุ่มเกษตรกรแม่ฮ่องสอน

กระบวนการการดำเนินงานการฆ่าไก่ในโรงฆ่าสัตว์ปีกชุมชนมี 9 ขั้นตอน มี ดังนี้

ขั้นที่ 1 การรับไก่มีชีวิต (Live poultry receiving) เกษตรกรทำการถอดอาหารจากฟาร์มเป็นระยะเวลา ประมาณ 12 ชม ก่อนการจับไก่ในช่วงเช้าแล้วทำการขนส่งมาทำการชั่งน้ำหนักไก่มีชีวิตหน้าโรงฆ่า เจ้าหน้าที่ของโรงฆ่าทำการตรวจสอบสภาพภายนอก ความสมบูรณ์ของไก่มีชีวิต ชั่งน้ำหนักหน้าโรงฆ่า ก่อนเคลื่อนย้ายไก่สู่บริเวณพักไก่ (ภาพผนวกที่ 1)



ภาพผนวกที่ 1 การชั่งน้ำหนักไก่ออกบริเวณโรงฆ่า

ขั้นที่ 2 การพักไก่เป็น (Live poultry resting) ก่อนดำเนินการเข้าโรงฆ่าจะทำการพักไก่ภายในโรงเรือนที่จัดไว้สำหรับพักไก่ เพื่อดูสภาพภายนอกของไกว่ามีการแสดงออกของโรคหรือไม่ (ภาพผนวกที่ 2)



ภาพผนวกที่ 2 การนำไก่มาพักในบริเวณโรงเรือนก่อนนำเข้าห้องฆ่า

ขั้นที่ 3 การฆ่าและเอาเลือดออก (Killing and Bleeding) ทำการฆ่าไก่โดยใช้ใบมีดที่คม ทำการตัดผ่านหลอดลม และเส้นเลือดที่คอ นำไก่ใส่ไว้ในถังพลาสติกเพื่อปล่อยให้เลือดไหลออกจนไก่ตาย (ภาพผนวกที่ 3)



ภาพผนวกที่ 3 การฆ่าไก่โดยใช้มีดปาดบริเวณหลอดลม และเส้นเลือดที่คอ และเอาเลือดออกจากตัวไก่ลงในภาชนะใส่เลือด

ขั้นที่ 4 การลวกและถอนขน (Scalding and Defeathering) เมื่อไก่ตายจึงนำไก่มาลวกในน้ำร้อนที่อุณหภูมิ 55-60 องศาเซลเซียส เป็นการขยารูขุมขนของไก่ ให้สะดวกในการถอนขน ทำการถอนขนโดยใช้ถังปั่นขน ขนาดถึง 5 ตัวต่อรอบ ใช้เวลาในการปั่น 1-2 นาที ควบคุมเวลาในการปั่นด้วยคน เครื่องถอนขนปั่นจนขนไก่หลุดออกจนเกือบหมด (ในทางปฏิบัติขนไก่ที่ติดตามซอกจะต้องใช้แรงงานคนในการกำจัด สำหรับไก่ประดู่หางดำ การมีขนสีดำนอจากจะถอนขนได้ยากกว่าไก่เนื้อแล้ว การติดค้างของขนคุดและขนดำเป็นขั้นตอนที่ใช้เวลานานกว่าขั้นตอนอื่นๆ) (ภาพผนวกที่ 4)



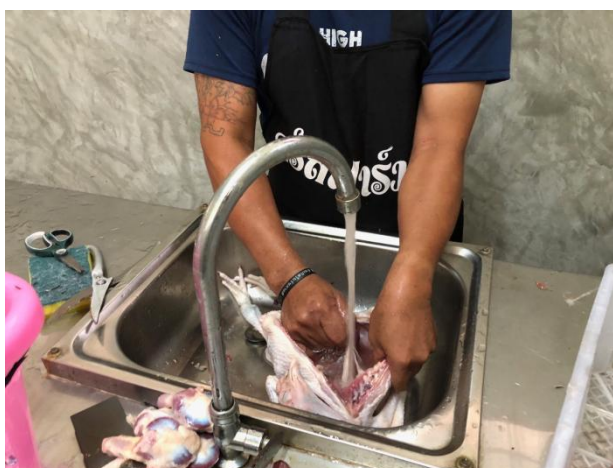
ภาพผนวกที่ 4 การลวกไก่ในน้ำร้อนที่อุณหภูมิ 55-60 องศาเซลเซียส และการถอนขนไก่ด้วยถังปั่นขน

ขั้นที่ 5 การทำความสะอาดซาก (Inside-outside washing) หลังจากถอนขนไก่จนหมดแล้วทำความสะอาดซากไก่ด้วยน้ำสะอาด (น้ำประปา/บาดาล ที่ผ่านกระบวนการเติมคลอรีน และระบบกรองน้ำของโรงฆ่าแล้ว) (ภาพผนวกที่ 5)



ภาพผนวกที่ 4 การทำความสะอาดซากไก่ด้วยน้ำสะอาด

ขั้นที่ 6 การล้วงเอาเครื่องในออก (Evisceration) ทำการล้วงเครื่องในออกโดยใช้มีดเปิดบริเวณบั้นท้ายของไก่ให้มีขนาดกว้างพอที่จะใช้มือล้วงเพื่อดึงเอาหลอดอาหาร กระเพาะ ไข่ และเครื่องในออกให้หมด ระวังไม่ให้ไส้แตกเพราะจะทำให้เชื้อโรคในระบบทางเดินอาหารกระจายสู่ซากไก่ (ภาพผนวกที่ 6)



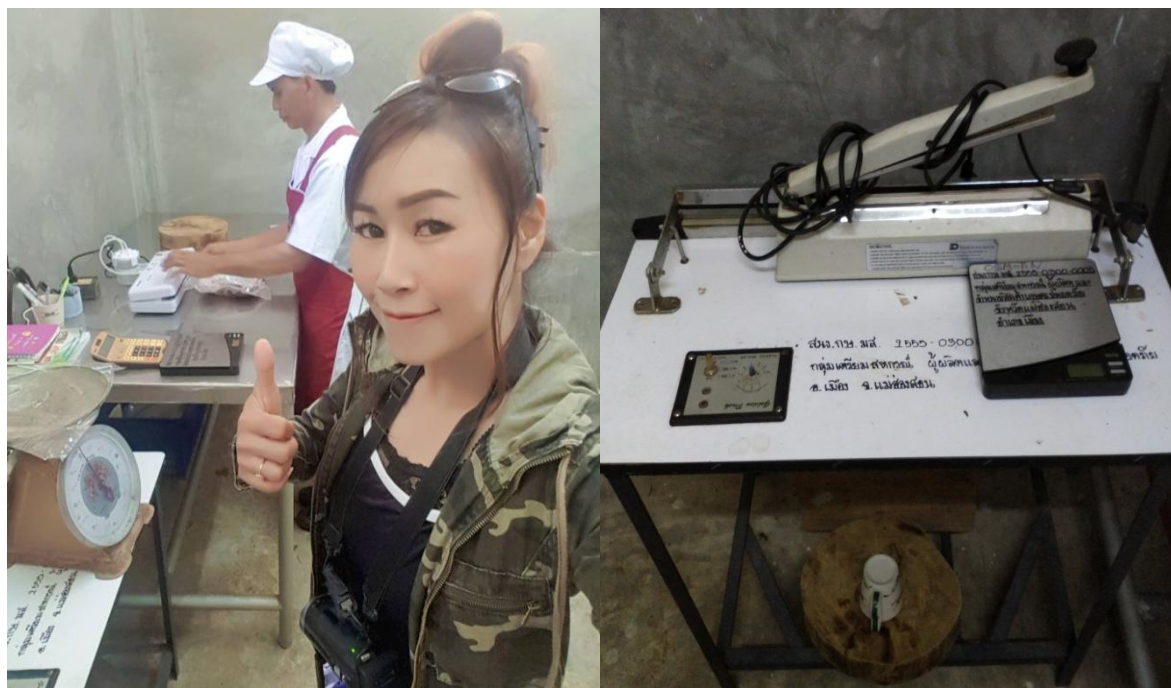
ภาพผนวกที่ 6 การล้วงเอาเครื่องในออกโดยการใช้มีดเปิดบริเวณบั้นท้ายของไก่ ทำความสะอาดเครื่องใน

ขั้นตอนที่ 7 การลดอุณหภูมิซากในถังน้ำเย็น (Immersion chilling) ทำการลดอุณหภูมิของซากไก่โดยการนำไปแช่ในถังน้ำที่บรรจุน้ำและน้ำแข็ง (อุณหภูมิประมาณ 4 องศา) อยู่ลดอุณหภูมิของซากให้ยู่ระดับ 4 องศาเซลเซียสเพื่อยับยั้งการทำงานของเชื้อจุลินทรีย์ และยี่ดระยะเวลาการนำเสียบของซากไก่ (ภาพผนวกที่ 7)



ภาพผนวกที่ 7 การลดอุณหภูมิซากด้วยถังน้ำเย็น

ขั้นตอนที่ 8 ชั่งน้ำหนัก และบรรจุถุงซากด้วยระบบสุญญากาศ นำซากไก่ที่ทำการลดอุณหภูมิแล้ว ทำการชั่งน้ำหนัก และบันทึกข้อมูล (เพื่อใช้ในการหาเปอร์เซ็นต์ซาก) นำไก่บรรจุถุงแพ็คคัมในระบบสุญญากาศภายในอาคารทางด้านหลังโซนสะอาด (ภาพผนวกที่ 8) ถุงบรรจุผลิตภัณฑ์จะเป็นถุงพลาสติกแบบแว็คคัม ดิดสติเกอร์ซึ่งแสดงรายละเอียดผลิตภัณฑ์ ตามมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ (มกอช.) เช่น การปฏิบัติที่ดี (Good Manufacturing Practice : GMP) และการตรวจสอบย้อนกลับที่มาของผลิตภัณฑ์ในแต่ละ lot (traceability) รวมทั้งรูปเกษตรกรเจ้าของฟาร์ม ติดไปกับไก่สดแช่แข็งแต่ละตัว



ภาพผนวกที่ 8 การบรรจุซากไก่ถุงแว็คคัมด้วยระบบสุญญากาศ

ขั้นตอนที่ 9 ทำการเก็บรักษาในตู้แช่ที่อุณหภูมิ -18 องศาเซลเซียส เพื่อเป็นการยืดระยะเวลาในการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ให้นาน (ประมาณ 1 ปี) ทำการเก็บผลิตภัณฑ์ไว้ในตู้แช่ที่อุณหภูมิ -4 องศาเซลเซียส จนซากไก่มีอุณหภูมิที่กำหนด จึงจะทำการขนย้ายไปเก็บไว้ในห้องเย็น (น้มน้ำแข็งห้องเย็น) ที่อุณหภูมิ -18 องศาเซลเซียส ต่อไป รอการส่งมอบตามคำสั่งซื้อจากตลาด (ภาพผนวกที่ 9)



ภาพผนวกที่ 9 การเก็บรักษาในตู้แช่ที่อุณหภูมิ -18 องศาเซลเซียส