



รายงานฉบับสมบูรณ์

โครงการ “ระบบการสร้างอาชีพการเลี้ยงไก่ประดู่ทางดำแก่เกษตรกรรายย่อย
เส้นทางผลลัพธ์ต้นแบบธุรกิจชุมชน”

โดย รศ.ดร.ศิริพร กิริติการกุล

นำเสนอ

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.)

มีนาคม 2563

สัญญาเลขที่ RDG 6120055

รายงานฉบับสมบูรณ์

โครงการ “ระบบการสร้างอาชีพการเลี้ยงไก่ประดู่หางดำแก่เกษตรกรรายย่อย
เส้นทางผลลัพธ์ต้นแบบธุรกิจชุมชน”

คณะผู้วิจัย

รศ.ดร.ศิริพร กิริติการกุล

สังกัด

คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

สนับสนุนโดยสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.)
(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย สกสว. ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

บทสรุปผู้บริหาร

โครงการระบบการสร้างอาชีพการเลี้ยงไก่ประดู่หางดำแก่เกษตรกรรายย่อย มีวัตถุประสงค์ 1.เพื่อศึกษากระบวนการ ระบบและกลไกการบริหารจัดการตลอดโซ่อุปทานของธุรกิจชุมชนจากไก่ประดู่หางดำ 2. เพื่อวิเคราะห์ผลลัพธ์ (Outcome) และผลกระทบ (Impacts) ทางเศรษฐกิจของโครงการ 3.เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย เพื่อการอยู่รอดและความยั่งยืนของต้นแบบธุรกิจชุมชน โดยใช้มูลหัตถ์จากผลการดำเนินงานของโครงการย่อย และข้อมูลปฐมภูมิการจัดประชุมผู้มีส่วนได้เสีย และการติดตามงานโครงการย่อยของสำนักประสานงาน ผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้

กระบวนการสร้างอาชีพตลอดโซ่อุปทานจากไก่ประดู่หางดำของเกษตรกรรายย่อยได้พัฒนาเป็นต้นแบบธุรกิจชุมชนให้แก่เกษตรกรใน 8 จังหวัด โดยดำเนินการต่อเนื่อง ตั้งแต่ปี 2555-2562 แบ่งเป็น 4 ระยะ ต้นแบบธุรกิจชุมชนสะท้อนให้เห็นระบบและกลไกของการบริหารจัดการธุรกิจ จากกระบวนการสร้างองค์ความรู้ด้านการผลิตด้วยระบบการเลี้ยงไก่พื้นเมือง ที่มีประสิทธิภาพ ได้มาตรฐาน โดยอาศัยองค์ความรู้พื้นฐานที่เกิดจากการวิจัย สร้างทางเลือก/แบบจำลองทางธุรกิจที่เหมาะสมตามทรัพยากรของเกษตรกรรายย่อยและบริบทของชุมชนท้องถิ่น สร้างความเข้มแข็งแก่เกษตรกรโดยการรวมกลุ่มเสริมสร้างพลังด้วยการบริหารจัดการโซ่อุปทาน เกษตรกรมีความมั่นใจในการลงทุนเพิ่มในกิจกรรมกลางน้ำและปลายน้ำ เกิดห่วงโซ่คุณค่าที่สร้างมูลค่าเพิ่ม ขยายโอกาสทางการตลาด อันเป็นแนวทางสร้างอาชีพการเลี้ยงไก่พื้นเมืองให้แก่เกษตรกรรายย่อยได้อย่างยั่งยืน เกิดกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การเรียนรู้ร่วมกัน และเกื้อกูลกันระหว่างเกษตรกร ชุมชน และนักวิจัย ท้ายที่สุดจะทำให้องค์ความรู้จากการวิจัยฝังตัวอยู่ในชุมชน และเกิดการกระจายของความรู้ผ่านการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันของเกษตรกร ซึ่งจะทำให้เกษตรกรรายอื่นๆ ได้รับประโยชน์จากแนวทางของโครงการอีกเป็นจำนวนมาก ในระดับมหภาคส่งเสริมการวิจัยในลักษณะการจัดการองค์ความรู้ เพื่อให้เกิดการต่อยอดองค์ความรู้จากการวิจัย ให้สามารถเป็นความรู้เชิงปฏิบัติที่นำไปสู่การลงทุนเชิงพาณิชย์ของกลุ่มเป้าหมาย จะสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การวิจัยของประเทศที่ต้องการพัฒนาองค์ความรู้และต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์เชิงพาณิชย์และสาธารณะ เพื่อเป็นฐานในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืน

ต้นแบบธุรกิจชุมชนไก่พื้นเมืองนำหลักการ การบริหารจัดการโซ่อุปทาน มาประยุกต์ใช้ เพื่อเสริมสร้างพลังแก่เกษตรกรรายย่อยและชุมชน ให้ร่วมกันบริหารจัดการความเสี่ยง (Risk management) ปฏิสัมพันธ์ของปัจจัยนำเข้า (Inputs) ผ่านกระบวนการ (Process) ของกิจกรรมตั้งแต่ต้นน้ำสู่ปลายน้ำนำไปสู่ผลผลิต (Outputs) ที่ทำให้ธุรกิจชุมชนไก่พื้นเมืองพึ่งพาตนเอง และแข่งขันได้ในอุตสาหกรรมซึ่งมีการแข่งขันสูง จากการพัฒนาทั้ง 4 ระยะพิสูจน์ให้เห็นการอยู่รอดของธุรกิจชุมชนในระยะยาวสร้างผลกระทบ (Impacts) จากเส้นทางผลลัพธ์ (Outcome mapping) จากการบริหารจัดการโซ่อุปทานในแต่ละห่วงโซ่ดังนี้ **ห่วงโซ่ที่ 1** (การผลิตไก่ขุน) นำเอาเกษตรทฤษฎีใหม่ ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง มาปรับใช้กับหลักการจัดสรรทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลต่อผลิตภาพที่สูงขึ้น (Productivity) เปลี่ยนแปลงการใช้ทุนธรรมชาติ ใน

การลดต้นทุนการผลิต และประโยชน์ที่เพิ่มขึ้น (Marginal benefits)) สร้างห่วงโซ่คุณค่า(Value chain) ที่เพิ่มมูลค่าและรายได้ เกิดความคุ้มค่าในการลงทุนเพิ่มของเกษตรกรในโซ่อุปทานกลางน้ำและปลายน้ำสร้างความเข้มแข็งของธุรกิจ และการบริหารจัดการความเสี่ยง (Risk management)จากผลผลิตล้นตลาดในบางฤดูกาล **ห่วงโซ่ที่ 2** (การบริหารจัดการโรงฆ่าสัตว์ปีกชุมชน) ชุมชนสร้างการมีส่วนร่วม และใช้ประโยชน์ร่วมกัน ในการสร้างมูลค่าเพิ่มจากไก่ขุน มีความคุ้มค่าในการลงทุนของกลุ่มเกษตรกร**ห่วงโซ่ที่ 3** (การแปรรูปผลิตภัณฑ์) สร้างคุณค่า (Value Creation) ของผลิตภัณฑ์ (ไก่พื้นเมืองประดู่หางดำ) ด้วยคุณค่าสำคัญ 4 ประการ ได้แก่ คุณค่าทางโภชนาการ คุณค่าทางด้านรสชาติ คุณค่าจากระบบการผลิตแบบเลี้ยงปล่อยหากินตามธรรมชาติ(Free range) ที่นอกจากจะสร้างคุณค่าจากสวัสดิภาพสัตว์แล้ว ยังปลอดจากการใช้ยาปฏิชีวนะ ไชมันดำ สร้างความแตกต่าง (Differentiation) จากผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งในตลาดMass ที่ผู้บริโภคเต็มใจจ่ายเพิ่ม (Willing to pay)จากคุณค่าต่างๆที่เกิดจากกระบวนการตลอดโซ่อุปทาน **ห่วงโซ่ที่ 4** (การสร้าง และขยายโอกาสทางการตลาด) ธุรกิจชุมชนมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ สามารถแบ่งแยกตลาด (Market creation and segmentation) ด้วยคุณค่า และต้นทุนที่แตกต่าง นำไปสู่แผนการตลาดในตลาด Modern trade และตลาดเฉพาะ ด้วยผลิตภัณฑ์ (Products differentiation) และราคา (Price setting) ที่แตกต่าง **ห่วงโซ่ที่ 5** (สร้างการรับรู้ การประชาสัมพันธ์ และความพึงพอใจแก่ผู้บริโภค) สามารถตรวจสอบย้อนกลับ (Tracability) จากผลิตภัณฑ์ไปสู่ฟาร์มเกษตรกรผู้ผลิต เพื่อสร้างความมั่นใจในรสชาติและความปลอดภัยอาหาร (Food Safety)

ระบบและกลไกการสร้างอาชีพการเลี้ยงไก่พื้นเมือง (ประดู่หางดำ) ก่อให้เกิดผลผลิต(Outputs) ที่สำคัญประกอบด้วยองค์ความรู้ในการผลิตไก่พื้นเมือง เครือข่ายเกษตรกรผู้เลี้ยง/ผู้ผลิตพันธุ์และอาหารท้องถิ่น (ศูนย์คัดเลือกพันธุ์ไก่พื้นเมืองชุมชน ทั้งพันธุ์แท้และลูกผสม/ ศูนย์อาหารสัตว์ชุมชน) และผลลัพธ์ (Outcome) ของต้นแบบธุรกิจชุมชนที่สร้างรายได้ที่ยั่งยืน และต้นแบบธุรกิจสามารถประยุกต์ใช้กับการผลิตปศุสัตว์อื่นๆ สร้างอาชีพที่ยั่งยืน สร้างความเข้มแข็งให้ชุมชนเกษตรกรรมส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงชุมชนใน 3 มิติ ได้แก่ มิติด้านเศรษฐกิจ: สร้างเศรษฐกิจกิจหมุนเวียนในชุมชน กว่า 94 ล้านบาท/ปี สร้างมูลค่าเพิ่มรายได้ที่สม่ำเสมอ ยึดเป็นอาชีพ อีกทั้งสร้างงานในชุมชน มิติด้านสังคม: ชุมชนเกิดการรวมกลุ่ม มีความสัมพันธ์ภายในกลุ่มสร้างเครือข่ายทั้งภายในชุมชนและภายนอก ช่วยเหลือเกื้อกูลกัน แลกเปลี่ยนเรียนรู้เทคนิคและเทคโนโลยีใหม่ๆในการเพิ่ม สร้างองค์ความรู้ใหม่ๆโดยยังให้คุณค่ากับภูมิปัญญาท้องถิ่น ลดการพึ่งพาการช่วยเหลือจากนโยบายภาครัฐ นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงในการทำธุรกิจของชุมชนให้สามารถพึ่งพาตนเองและแข่งขันได้ในระยะยาว มิติด้านทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม: ชุมชนตระหนักถึงคุณค่าและการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในพื้นที่ นำความรู้และเทคโนโลยีใหม่ๆ มาบูรณาการกับภูมิปัญญาท้องถิ่น ลดต้นทุนการผลิต ลดการนำเข้าปัจจัยจากภายนอก เพื่อการพึ่งพาตนเอง นำไปสู่การอนุรักษ์ทรัพยากร ธรรมชาติ เช่น พันธุ์กรรมไก่พื้นเมือง ภูมิปัญญาท้องถิ่น ปราชญ์ชาวบ้าน รวมไปถึงการรับผิดชอบต่อการดูแลสิ่งแวดล้อมร่วมกันของชุมชน เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนและแข่งขันได้ในระยะยาว

แนวทางการพัฒนาและข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย เพื่อพัฒนาระบบและกลไกการสร้างอาชีพแก่เกษตรกรรายย่อยที่จะสร้างรายได้ที่จะยึดเป็นอาชีพที่ยั่งยืน ขยายผลไปสู่การขับเคลื่อนเศรษฐกิจหมุนเวียนสนองต่อนโยบายเศรษฐกิจประเทศไทย ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบายจากภาครัฐที่สำคัญได้แก่ การสร้างแรงจูงใจในการลงทุนแก่เกษตรกร ด้วยทางเลือกแบบจำลองทางธุรกิจที่เหมาะสมตามทรัพยากรของเกษตรกรรายย่อยและบริบทของชุมชนท้องถิ่น ซึ่งยังมีความจำเป็นในการสนับสนุน ด้านองค์ความรู้ เทคโนโลยีที่ทันสมัยที่สามารถบูรณาการกับภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตให้แข่งได้ ในการขยายโอกาสทางการตลาด ภาครัฐและภาคอื่น(เช่นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น) ควรมีการอบรมความรู้ด้านการจัดการกลางน้ำและปลายน้ำ ซึ่งเกษตรกรมีความชำนาญน้อยกว่าด้านการผลิต / การสนับสนุนการรวมกลุ่มเกษตรกร/วิสาหกิจชุมชน เพื่อให้สามารถจัดการการผลิตและการตลาดด้วยตนเอง มีการให้คำแนะนำจากหน่วยงานพี่เลี้ยง เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของเกษตรกรและชุมชน การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในอุตสาหกรรมควรมีส่วนร่วมในการลงทุนเพิ่ม การขยายโอกาสด้านสินเชื่อ การเข้าถึงสินเชื่อของกลุ่มเกษตรกร/วิสาหกิจชุมชน และเร่งเสริมด้วยมาตรการในการสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้ที่เกี่ยวข้องในโซ่อุปทาน กลางน้ำ และปลายน้ำในลักษณะ PPP (Public Private Partnership) เช่นการลงทุนในโรงฆ่าชำแหละแปรรูปผลิตภัณฑ์ เพื่อลดข้อจำกัดด้าน Logistic และความสามารถในการเข้าถึงตลาด ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญการขับเคลื่อนระบบและกลไกไปสู่การส่งเสริมระดับมหภาคในการสร้างอาชีพการเลี้ยงปศุสัตว์แก่เกษตรกรรายย่อย

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
บทสรุปผู้บริหาร	ก
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญภาพ	ช
ส่วนที่ 1 ข้อมูลโครงการ	1
ส่วนที่ 2 รายงานเนื้อหา	
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของโครงการ	4
นิยามศัพท์ปฏิบัติการ	4
การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง (Review of Literature)	5
1.การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับผลงานวิจัย ระบบการสร้างอาชีพจากไก่ประดู่หางดำ ด้วยการบริหารจัดการธุรกิจด้วยโซ่อุปทาน และห่วงโซ่คุณค่า	5
2.การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎี แนวคิดการเรียนรู้ การสร้างมีส่วนร่วม ด้วยการวิจัยชุมชน	7
3.แนวคิดและทฤษฎี การบริหารจัดการโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) และห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain)	8
4.แนวความคิดประเมินผลลัพธ์และผลกระทบ	10
ระเบียบวิธีวิจัย	12
ข้อมูลและวิธีการรวบรวมข้อมูล	13
การวิเคราะห์ข้อมูลและเครื่องมือสถิติที่ใช้	13
ขอบเขตการวิจัย	13
ส่วนที่ 3 ผลการดำเนินการตามกิจกรรม	14
กิจกรรมที่ 1 การรวบรวมข้อมูลการผลิต และการตลาดของโครงการย่อย	14
กิจกรรมที่ 2 การติดตามผลการดำเนินการโครงการ การวิเคราะห์กระบวนการบริหาร/ระบบและกลไก จัดการการสร้างอาชีพตลอดโซ่อุปทาน	17
กิจกรรมที่ 3 วิเคราะห์ปัญหา อุปสรรค ปัจจัยแห่งความสำเร็จต้นแบบธุรกิจชุมชนที่เข้มแข็ง	37
กิจกรรมที่ 4 การจัดประชุมระดมความเห็นผู้ที่มีส่วนได้เสีย เพื่อการสร้างเครือข่ายการผลิตและการตลาด การสร้างBrand ร่วมกัน	40
กิจกรรมที่ 5 การถอดบทเรียน แนวทาง กระบวนการ การสร้างความเข้าใจ ความร่วมมือเส้นทางผลผลิต ผลลัพธ์ และผลกระทบ ของชุดโครงการ ภายใต้การดำเนินการของโครงการย่อย	45

สารบัญ (ต่อ)

เรื่อง	หน้า
กิจกรรมที่ 6 การสังเคราะห์ ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย การคืนข้อมูลการสังเคราะห์แก่ภาคี เครือข่ายวิจัย	68
สรุปผลการศึกษา	70
อภิปรายผลการศึกษา	71
เอกสารอ้างอิง	
ภาคผนวก	

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	จำนวนเกษตรกร เกษตรกรเครือข่าย และจำนวนฟาร์มตามรูปแบบการเลี้ยง และขนาดฟาร์มในพื้นที่ของโครงการย่อย	14
2	จำนวนศูนย์คัดเลือกพันธุ์ชุมชน จำนวนเกษตรกรผู้นำ จำนวนแม่พันธุ์ และประมาณการผลิตลูกไก่ของศูนย์คัดเลือกพันธุ์ชุมชน	19
3	ข้อมูลเบื้องต้นของศูนย์อาหารสัตว์ชุมชนของโครงการย่อย	22
4	แสดงราคาผลิตภัณฑ์จากไก่ประดู่หางดำในตลาดแต่ละระดับของจังหวัดเชียงราย	27
5	แสดงราคาผลิตภัณฑ์จากไก่ประดู่หางดำในตลาดแต่ละระดับของจังหวัดน่าน	29
6	แสดงราคาผลิตภัณฑ์จากไก่ประดู่หางดำในตลาดแต่ละระดับของจังหวัดเชียงใหม่	31
7	แสดงราคาผลิตภัณฑ์จากไก่ประดู่หางดำในตลาดแต่ละระดับของจังหวัดเชียงใหม่ (แพะป่าห้า)	33
8	แสดงราคาผลิตภัณฑ์จากไก่ประดู่หางดำในตลาดแต่ละระดับของจังหวัดแม่ฮ่องสอน	33
9	แสดงราคาผลิตภัณฑ์จากไก่ประดู่หางดำในตลาดแต่ละระดับของจังหวัดเพชรบุรี	35
10	แสดงราคาผลิตภัณฑ์จากไก่ประดู่หางดำในตลาดแต่ละระดับของจังหวัดเชียงราย	36
11	ผลผลิต ผลลัพธ์ และผลกระทบของโครงการ	49
12	ผลประโยชน์รวมของเกษตรกรในโครงการย่อยและเกษตรกรกลุ่มขยายผลแต่ละระยะ	52
13	ประมาณการมูลค่าเศรษฐกิจหมุนเวียนโซ่อุปทานต้นน้ำ	60
14	ประมาณการมูลค่าเศรษฐกิจหมุนเวียนโซ่อุปทานกลางน้ำ (โรงฆ่าสัตว์ปีก)	61
15	ประมาณการมูลค่าเศรษฐกิจหมุนเวียนโซ่อุปทานปลายน้ำ	62
16	การเปลี่ยนแปลงมิติด้านเศรษฐกิจ	63
17	การเปลี่ยนแปลงมิติด้านสังคม	65
18	การเปลี่ยนแปลงมิติด้านทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม	66

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	สภาพการณ์ สภาพปัญหา การผลิตและการตลาดไก่พื้นเมืองไทยในอดีต	2
2	จุดจำหน่ายไก่มีชีวิต (ตำบลงิ้วยาว อำเภอปาย) ของกลุ่มเกษตรกรจังหวัดแม่ฮ่องสอน	26
3	การสร้างแบรนด์ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเกษตรกร อ.เวียงเชียงรุ้ง จ.เชียงราย	28
4	ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากไก่ประดู่หางดำของกลุ่มเกษตรกร อ.เวียงเชียงรุ้ง จ.เชียงราย	29
5	แบรนด์ผลิตภัณฑ์จากไก่ประดู่หางดำและจุดขายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเกษตรกร อ.ทุ่งช้าง จ.น่าน	30
6	ผลิตภัณฑ์และผลิตภัณฑ์แปรรูปกลุ่มของเกษตรกร อ.ทุ่งช้าง จ.น่าน	31
7	การสร้างแบรนด์ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเกษตรกรบ้านหลวง อ.จอมทอง จ.เชียงใหม่	32
8	ผลิตภัณฑ์ไก่ประดู่หางดำ ไก่ย่าง (หมักสำเร็จ ดิบ/half cooked แห้งแข็ง) ของกลุ่มเกษตรกร อ.จอมทอง จ.เชียงใหม่	32
9	การสร้างผลิตภัณฑ์ไก่สดแช่แข็งของกลุ่มเกษตรกรชุมชนแพะป่าห้า อ.สันทราย จ.เชียงใหม่	33
10	การสร้างแบรนด์ของกลุ่มเกษตรกร อ.ปาย จ.แม่ฮ่องสอน	34
11	ผลิตภัณฑ์ไก่สดแช่แข็ง /ผลิตภัณฑ์แปรรูปพร้อมบริโภคไก่หนึ่งสมุนไพโร และไก่ย่างกลุ่มเกษตรกร จ.แม่ฮ่องสอน	34
12	ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากไก่ประดู่หางดำ ณ ห้างแจ่มฟ้า ของกลุ่มเกษตรกร จ.แม่ฮ่องสอน	35
13	ผลิตภัณฑ์ไก่สดแช่แข็ง และผลิตภัณฑ์แปรรูปไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่ของกลุ่มเกษตรกร จ.เพชรบุรี	36
14	ผลิตภัณฑ์ไก่ประดู่หางดำกลุ่มเกษตรกร อ.พาน จ.เชียงราย	37
15	การประชุมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ นักวิจัยผู้ประกอบการตลาดและผู้ทรงคุณวุฒิ	41
16	ตัวแทน สยามแมคโคร ทำการตรวจประเมิน กระบวนการผลิตไปจนถึงกระบวนการแปรรูปผลิตภัณฑ์ กลุ่มเกษตรกร อ.เวียงเชียงรุ้ง จ.เชียงราย	42
17	การประชุมหารือแนวทางการขยายโอกาสทางการตลาดของโครงการย่อย	43
18	การประชุมหารือแนวทางการขยายโอกาสทางการตลาด ของโครงการย่อยเพื่อการแบ่งโควต้า	45
19	กระบวนการวิจัยตลอดโซ่อุปทาน ของโครงการย่อย ตั้งแต่ปี 2553-2562	46
20	เส้นทางผลลัพธ์ ตลอดห่วงโซ่อุปทาน	50
21	ความสัมพันธ์เส้นทางผลผลิตและผลกระทบ	51
22	เส้นทางผลลัพธ์ของธุรกิจชุมชนเกษตรกรรายย่อยด้วยห่วงโซ่อุปทานและห่วงโซ่คุณค่าไก่พื้นเมือง	55
23	การประชุมและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างนักวิชาการแต่ละหน่วยงาน	69
24	การประชุมผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholders) ภาคีเครือข่าย (เช่น นักวิจัย นักวิชาการจากสถาบันอุดมศึกษา หน่วยงานภาครัฐ ผู้ทรงคุณวุฒิ	69

สัญญาเลขที่ RDG 6120055
โครงการ “ระบบการสร้างอาชีพการเลี้ยงไก่ประดู่หางดำแก่เกษตรกรรายย่อย
เส้นทางผลลัพธ์ต้นแบบธุรกิจชุมชน”

ส่วนที่ 1 ข้อมูลโครงการ

ชื่อหัวหน้าโครงการวิจัยผู้รับทุน : รศ.ดร.ศิริพร กิริติการกุล

โครงการเริ่มเมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม 2561 **ถึง** 31 ธันวาคม 2562 **รวมเวลาที่ทำงานวิจัยทั้งสิ้น** 1 ปี 6 เดือน
รายงานความก้าวหน้าครั้งที่ 3

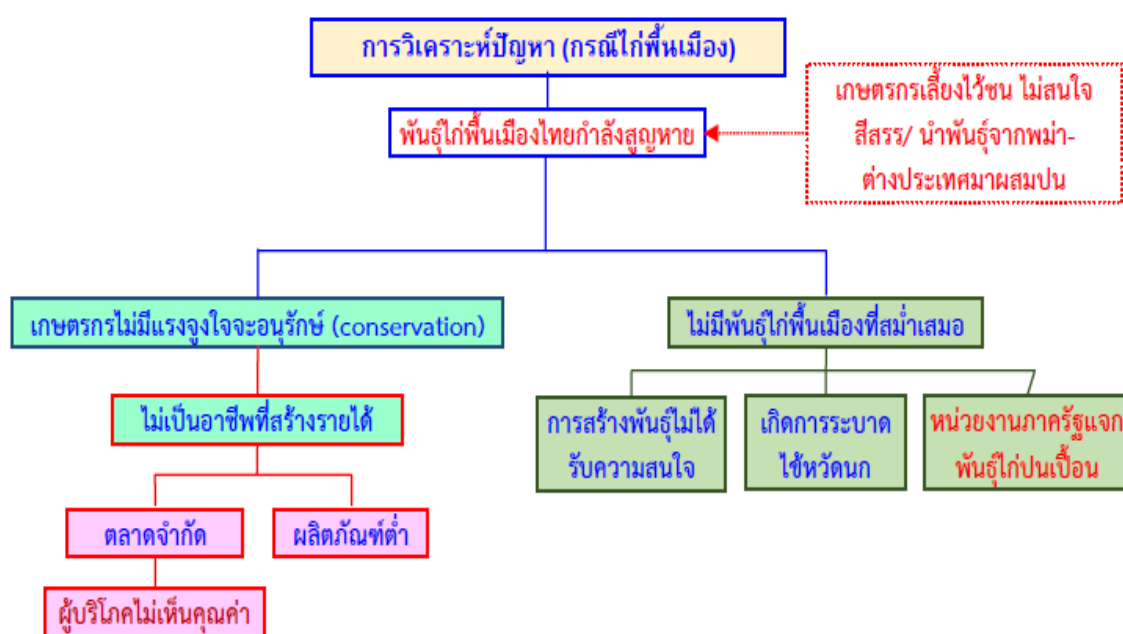
ส่วนที่ 2 รายงานเนื้อหา

หลักการและเหตุผล

ในอดีตของการส่งเสริมการสร้างอาชีพปศุสัตว์เพื่อเสริมสร้างศักยภาพในการแข่งขัน ความเข้มแข็งของเกษตรกรรายย่อยในหลายๆ โครงการ ผ่านนโยบายที่ภาครัฐพยายามให้การสนับสนุน ผลักดันงบประมาณจำนวนมหาศาลเพื่อกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาเป็นธุรกิจชุมชน โดยการแจกพันธุ์สัตว์พร้อมปัจจัยการผลิต (อาหารสัตว์) บางโครงการสนับสนุนอุปกรณ์เครื่องมือ เพื่อให้เกษตรกรและชุมชนเกษตรจัดการธุรกิจให้ครบวงจร ตั้งแต่การผลิตไปจนถึงการแปรรูปและตลาด ผลสัมฤทธิ์ของโครงการมักต่ำกว่าเป้าหมาย เกษตรกรไม่สามารถบริหารจัดการให้เกิดรายได้ที่ยั่งยืนซึ่งมูลเหตุของการล้มเหลว เกิดจากสาเหตุหลายประการ เช่น ขาดการวิเคราะห์ความต้องการที่แท้จริงของชุมชน ความพร้อมของชุมชนโดยเฉพาะอย่างยิ่งความพร้อมในการสร้างเครือข่ายความร่วมมือในการผลิตที่ต้องการผู้นำชุมชนที่มีความรู้ความสามารถ เสียสละเพื่อสร้างกลุ่ม และกระบวนการกลุ่มให้เกิดการร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมรับผิดชอบ รวมไปถึงความพร้อมของเงินทุน การเข้าถึงแหล่งเงินทุน เพื่อหาเงินทุนหมุนเวียนรองรับระบบการผลิต ในขณะเดียวกันการหาต้องมีตลาดที่แน่นอนรองรับผลผลิต โครงการระบบการสร้างอาชีพจากไก่พื้นเมืองที่ยั่งยืนแก่เกษตรกรรายย่อย เป็นต้นแบบธุรกิจชุมชนต้นแบบหนึ่งที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการส่งเสริมอาชีพปศุสัตว์ รวมทั้งมีส่วนหนึ่งในการเป็นกลไกสำคัญในการสร้างทางเลือกการเลี้ยงไก่พื้นเมืองที่อาจเลื่อนหายไปจากเศรษฐกิจฐานรากของประเทศ ได้รับการยกระดับเป็นต้นแบบธุรกิจชุมชนหนึ่งของการสร้างอาชีพด้วยการจัดการเชิงธุรกิจ มีความสามารถในการแข่งขัน อาศัยนวัตกรรม องค์ความรู้ ตลอดจนเทคโนโลยีที่เหมาะสม เกษตรกรรายย่อยให้การยอมรับในความคุ้มค่าของการลงทุน สร้างทางเลือกในการประกอบอาชีพเกษตรกรรมภายใต้เงื่อนไขที่สอดคล้องกับทางเศรษฐกิจและสังคมของเกษตรกร ความสำเร็จดังกล่าวเกิดจากการพัฒนาองค์ความรู้จากการวิจัยต่อเนื่องในไก่พื้นเมืองของประเทศไทยได้เริ่มต้นจากการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ซึ่งในอดีตศักยภาพการเลี้ยงยังขาดความสม่ำเสมอ พันธุกรรมถูกปนด้วยการผสมข้ามพันธุ์ ประกอบกับสถานการณ์ไข้หวัดนกในระยะ 10 ปีที่ผ่านมาส่งผลกระทบต่อไก่พื้นเมืองอย่างรุนแรง ทำให้กำลังการผลิตของประเทศไทยมีแนวโน้มลดลงจาก 90 ล้านตัวต่อปี (กรมปศุสัตว์, 2553) แนวโน้มด้านการผลิต (Supply side) ไก่พื้นเมืองจึงถูกลดบทบาทในสังคมเกษตรไทย

สำหรับปัจจัยด้านการตลาด (Demand side) ผู้บริโภคซึ่งส่วนใหญ่รับรู้ว่ามีไก่พื้นเมือง มีลักษณะเนื้อ เหนียว ชาติความปลอดภัยจากการผลิตและแปรรูปที่ได้รับการรับรองความปลอดภัย ซึ่งต่างจากตลาดไก่เนื้อเชิงพาณิชย์ซึ่งมีศักยภาพการผลิตกว่า 1,000 ล้านตัวต่อปี มีความได้เปรียบทั้งด้านคุณสมบัติการบริโภคที่เนื้อไม่เหนียว ด้านความปลอดภัยอาหารที่ผ่านกระบวนการเชือดที่ได้มาตรฐาน และด้านราคาจากการประหยัดต่อขนาด (economy of scale) ด้วยผลกระทบทั้งจาก demand side และ supply side ทำให้ไก่พื้นเมืองเผชิญวิกฤติทั้งด้านการผลิต และการตลาด จนอาจทำให้เลือนหายไปจากประเทศ ทั้งที่ไก่พื้นเมืองถือเป็นมรดกของประเทศไทย

ปัจจุบันไก่พื้นเมืองพันธุ์แท้ของไทยจำแนกได้ 4 ฝูงหลัก จากการพัฒนาสายพันธุ์ของกรมปศุสัตว์ ดังนั้นไก่พื้นเมืองพันธุ์แท้ทั้ง 4 ฝูง ควรได้รับการใช้ประโยชน์ (Utilization) ไปพร้อมๆ กับการอนุรักษ์ (Conservation) เพื่อให้ไก่พื้นเมืองเป็นสัตว์เศรษฐกิจเป็นทางเลือกหนึ่งของการผลิตปศุสัตว์แก่เกษตรกรได้ หรือแม้แต่การยกระดับให้เป็นอุตสาหกรรมขนาดย่อม (ภาพที่ 1) จากการยอมรับและสร้างโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งด้านอุปสงค์และอุปทาน เกิดการขยายโอกาสของอุตสาหกรรมไก่พื้นเมืองไทย



ภาพที่ 1 สภาพการณ์ สภาพปัญหา การผลิตและการตลาดไก่พื้นเมืองไทยในอดีต

โครงการระบบการสร้างอาชีพการเลี้ยงไก่ประดู่หางดำ แก่เกษตรกรรายย่อยอย่างยั่งยืนเป็นโครงการที่สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย ให้การสนับสนุนตั้งแต่ ปี 2555 เป็นต้นมาจนถึงปี 2562 โดยการนำไก่ประดู่หางดำเป็นสายพันธุ์ไก่พื้นเมือง 1 ใน 4 ฝูงของประเทศ ซึ่งกรมปศุสัตว์ได้ทำการปรับปรุงพันธุ์ ทดสอบ และพิสูจน์ว่ามีศักยภาพ ประสิทธิภาพการผลิต วัดได้จากการโตไว ไข่ดก และมีคุณภาพเนื้อที่ตอบสนองความต้องการผู้บริโภค มาทำการส่งเสริมให้เกษตรกรนำไปเลี้ยงเพื่อเป็นอาชีพ จากการเปิดรับข้อเสนอโครงการซึ่งรวมกลุ่มเกษตรกรที่มีความสนใจ เพื่อการพัฒนา กลุ่มเกษตรกรที่สนใจดำเนินกิจกรรมในรูปธุรกิจชุมชน(

Community business) มุ่งเน้นให้เกษตรกรมีความรู้ความสามารถในการเพิ่มประสิทธิภาพในการเลี้ยง โดยมีรูปแบบการเลี้ยงที่สอดคล้องกับเงื่อนไขในการลงทุนได้หลากหลายรูปแบบ มีศักยภาพการการลดต้นทุนการผลิตโดยเฉพาะอย่างยิ่งต้นทุนอาหารสำเร็จรูปโดยเปลี่ยนพืชอาหารสัตว์ในพื้นที่ ในการผลิตอาหารชั้นและอาหารหมัก(โดยใช้ภูมิปัญญาชุมชน/การหมักอาหารด้วยจุลินทรีย์) เกิดการจัดการอาหารสัตว์ในชุมชนร่วมกัน(การผสมอาหารในชุมชนด้วยสูตรอาหารที่มีอัตราการเจริญเติบโตที่แข่งขันได้เชิงพาณิชย์) นอกจากนี้การให้องค์ความรู้ในเทคโนโลยีที่ทันสมัยยังส่งเสริม สร้างความมั่นใจให้เกษตรกรที่มีความพร้อมในการลงทุนเลี้ยงพ่อแม่พันธุ์ ชื่อดูฟักไข่อัตโนมัติ พร้อมๆกับความรู้ในการจัดการเพื่อลดความสูญเสียจากการผลิตที่เป็นอุปสรรคสำคัญของการผลิตไก่ขุน กระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐาน เกิดระบบการผลิตที่เป็นปฏิทินการผลิตหมุนเวียนตลอดปี แผนการผลิตที่สอดคล้องความต้องการตลาด เกษตรกรยังได้รับการส่งเสริมการเลี้ยงที่ได้มาตรฐานฟาร์ม การเลี้ยงไก่พื้นเมืองตามข้อกำหนดของกรมปศุสัตว์ เกษตรกรที่ได้รับการพัฒนาการจัดการภายใต้มาตรฐานการเลี้ยงไก่พื้นเมืองภายใต้ข้อกำหนดของกรมปศุสัตว์จะได้รับการขึ้นทะเบียนและรับรองมาตรฐานการจัดการฟาร์ม(ทั้งพ่อแม่พันธุ์ และไก่ขุน) กลุ่มเกษตรกรในโครงการสามารถขยายระบบจัดการฟาร์มไปสู่ชุมชน เกษตรกรที่สนใจ ทั้งในพื้นที่ภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

สำหรับการขยายโอกาสจากอดีตที่พึ่งพาตลาดในชุมชนเป็นหลัก ปัจจุบันกลุ่มเกษตรกรที่มีศักยภาพการผลิต มีการลงทุนเพิ่มในโซ่อุปทานกลางน้ำ ด้วยการลงทุนสร้าง โรงฆ่าสัตว์ปีกชุมชน(คจศ.2) เพื่อการเพิ่มมูลค่าไก่ขุนให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย ได้มาตรฐาน มีความปลอดภัยสร้างความมั่นใจแก่ผู้บริโภค การลงทุนเพิ่มดังกล่าวช่วยรองรับผลผลิตไก่ขุนที่เพิ่มขึ้นจากการปรับขนาดการเลี้ยง และการเพิ่มของจำนวนเกษตรกร ศักยภาพการบริหารจัดการโซ่อุปทานดังกล่าวจึงสร้างรายได้ที่สม่ำเสมอแก่เกษตรกรผู้ลงทุน และเป็นข้อพิสูจน์ว่าไก่พื้นเมืองเป็นสัตว์เศรษฐกิจหนึ่งที่มีศักยภาพ ในการขยายโอกาส/ทางเลือกในการผลิตภายใต้สภาวะทางด้านเศรษฐกิจ และสังคมของชุมชน ด้วยกลไกการตลาดทำให้เกษตรกรยึดเป็นอาชีพ จึงทำให้ชุมชนเกษตรกรรมเหล่านี้รักษาพันธุ์กรรมให้อยู่ในวิถีชีวิตของเกษตรกรรายย่อย ที่ทำเกษตรผสมผสานตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ทั่วประเทศ

จากการสนับสนุนของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.) ตลอด 4 ระยะ แก่โครงการวิจัยย่อยภายใต้ชุดโครงการระบบการสร้างอาชีพการเลี้ยงไก่ประดู่หางดำแก่เกษตรกรรายย่อย ในพื้นที่ 8 จังหวัด ประกอบด้วย เชียงใหม่ ลำพูน ลำปาง เชียงราย แพร่ น่าน แม่ฮ่องสอน และเพชรบุรี สร้างเครือข่ายชุดโครงการฯ กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ ภาควิชาการ(จากมหาวิทยาลัยขอนแก่น มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี สถาบันเทคโนโลยีเจ้าคุณทหารลาดกระบัง มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และมหาวิทยาลัยศิลปกร เป็นต้น) ผลผลิตสำคัญในการพัฒนาโครงการวิจัยในชุดโครงการฯ ก่อให้เกิดระบบการผลิตไก่พื้นเมือง(ประดู่หางดำ) อันได้แก่

1.รูปแบบการเลี้ยง 4 รูปแบบ ประกอบด้วย การเลี้ยงพ่อแม่พันธุ์เลี้ยงปล่อยหากินตามธรรมชาติ (Free range) การซื้อลูกไก่มาทำการผลิตไก่พื้นเมืองขุนเชิงพาณิชย์ (All in all out) การเลี้ยงพ่อแม่พันธุ์เพื่อผลิตลูกไก่ (พันธุ์แท้/ลูกผสม) และการเลี้ยงไก่พื้นเมืองในรูปแบบอื่นๆ เช่น ในระบบปศุสัตว์อินทรีย์

2.เกษตรกรในโครงการ 218 ราย และเกษตรกรเครือข่ายกว่า 1,200 ราย ในภาคเหนือ

3.การสร้างผลผลิตไก่พื้นเมืองขุนออกสู่ระบบตลาดปริมาณการผลิตไก่ขุนออกสู่ตลาด กว่า 800,000 ตัวต่อปี

4.ธุรกิจชุมชนที่มีศักยภาพในการแข่งขัน ขยายโอกาสจากตลาดระดับชุมชนในอดีต ไปสู่ ตลาดระดับกลางและตลาดเฉพาะ (Niche market) เพิ่มมูลค่า สร้างรายได้แก่ครัวเรือนตลอดห่วงโซ่อุปทาน

การศึกษาถึงเส้นทาง ผลผลิต ผลลัพธ์ ผลกระทบจากบทเรียน กรณี โครงการระบบการสร้างอาชีพ การเลี้ยงไก่ประดู่หางดำของเกษตรกรรายย่อยอย่างยั่งยืน จะนำไปสู่แนวทางการสร้างต้นแบบอาชีพปศุสัตว์ที่นำไปสู่แนวทางการสร้างอาชีพโดยการรวมกลุ่มเกษตรกร ให้เกิดการบริหารจัดการองค์ความรู้ในรูปธุรกิจชุมชน ที่มีความยั่งยืน โดยกระบวนการรวบรวมข้อมูล ข้อเท็จจริงนำข้อมูลองค์ความรู้จากการพัฒนาต้นแบบนำไปสู่การถอดบทเรียน ตลอดจนการสังเคราะห์ผลผลิตและผลลัพธ์ เพื่อรับฟังความเห็นของผู้มีส่วนได้เสีย(Stakeholders) เพื่อนำไปสู่แนวทางการสร้างความอยู่รอดและความยั่งยืน (Sustainability) ของต้นแบบธุรกิจจากระบบการสร้างอาชีพของเกษตรกรรายย่อย ก่อให้เกิดความเข้มแข็งของภาคเกษตร โดยเฉพาะเกษตรกรรายย่อยในชนบทที่ยังมีความเหลื่อมล้ำทางด้านเศรษฐกิจ(รายได้ต่ำ)และความเหลื่อมล้ำทางด้านสังคม(เช่นการเข้าถึงอาชีพที่มั่นคง พึ่งพาตนเองและพึ่งพาซึ่งกันและกัน เกิดเป็นชุมชนที่เข้มแข็ง ลดการเคลื่อนย้ายแรงงาน เป็นต้น) อันเป็นผลลัพธ์ที่สอดคล้องกับ การพัฒนาที่ยั่งยืน ที่สนองต่อยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยได้ นโยบายประเทศไทย 4.0 ต่อไป

วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อศึกษากระบวนการสร้างอาชีพตลอดโซ่อุปทาน ระบบและกลไกการบริหารจัดการ ธุรกิจชุมชนจากไก่ประดู่หางดำของเกษตรกรรายย่อย
2. เพื่อติดตามและรวบรวมข้อมูลโครงการย่อย เพื่อการวิเคราะห์ผลลัพธ์ (Outcome) และผลกระทบ (Impacts) ทางเศรษฐกิจ จากระบบการสร้างอาชีพการเลี้ยงไก่พื้นเมือง (ประดู่หางดำ) ของเกษตรกรรายย่อย
3. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนา ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย เพื่อสร้างการอยู่รอดและความยั่งยืนของต้นแบบธุรกิจชุมชน ด้วยระบบการสร้างอาชีพการเลี้ยงไก่พื้นเมือง (ประดู่หางดำ) ของเกษตรกรรายย่อย

นิยามศัพท์ปฏิบัติการ

1. **สำนักประสานงาน** หมายถึง สำนักประสานงานโครงการระบบการสร้างอาชีพการเลี้ยงไก่ประดู่หางดำ แก่เกษตรกรรายย่อยอย่างยั่งยืน
2. **โครงการ** หมายถึง โครงการวิจัยย่อย ภายใต้ชุดโครงการระบบการสร้างอาชีพการเลี้ยงไก่ประดู่หางดำ แก่เกษตรกรรายย่อยอย่างยั่งยืน
3. **เกษตรกร** หมายถึงเกษตรกรในโครงการย่อย ที่รวมกลุ่มกันและได้รับการสนับสนุนส่งเสริมกิจกรรมตั้งแต่ต้นน้ำ สู่ปลายน้ำ ตลอดโซ่อุปทาน

4.เกษตรกรเครือข่าย หมายถึงเกษตรกรที่สนใจเข้าร่วมกิจกรรมการผลิต เป็นเครือข่ายการผลิตร่วมกับเกษตรกรในโครงการ

5.ไก่อุปถัมภ์ หมายถึง ไก่ประดู่หางดำพันธุ์แท้และลูกผสม (แม่ไก่ไข่โรดและพ่อประดู่หางดำพันธุ์แท้)

6.ผลกระทบ (Impacts) หมายถึง) ผลกระทบอันจากการดำเนินกิจกรรมของโครงการ ประกอบด้วยผลกระทบด้านเศรษฐกิจ (Economics impacts) อันประกอบด้วย การสร้างรายได้จากการดำเนินธุรกิจชุมชนตลอดโซ่อุปทาน และผลกระทบด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม (Social and environmental impacts) ประกอบด้วย การรวมกลุ่มของเกษตรกร/ชุมชน ในการดำเนินธุรกิจชุมชนให้พึ่งพาตนเองในการลดต้นทุน (พันธุ์และอาหารสัตว์)

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง (Review of Literature)

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องแบ่งเป็น 2 ส่วน ประกอบด้วย

1.การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับผลงานวิจัย ระบบการสร้างอาชีพจากไก่อุปถัมภ์ ด้วยการบริหารจัดการธุรกิจด้วยโซ่อุปทาน และห่วงโซ่คุณค่า

การดำเนินงานโครงการระบบการสร้างอาชีพการเลี้ยงไก่อุปถัมภ์แก่เกษตรกรรายย่อยอย่างยั่งยืนใน 4 ระยะที่ผ่านมา ก่อให้เกิดธุรกิจชุมชน (Community business) ด้วยการประยุกต์ใช้หลักการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน(Supply chain) เพื่อให้ความร่วมมือกันของกลุ่มเกษตรกรเป็นเครือข่าย ดำเนินกิจกรรมตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำและปลายน้ำ มุ่งเน้นการนำความรู้เทคโนโลยีที่เหมาะสมเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต /ลดต้นทุนการผลิตโดยใช้ทรัพยากรในพื้นที่ ซึ่งนอกจากเทคโนโลยีที่เหมาะสมจะถูกปรับใช้อย่างสอดคล้องกับภูมิปัญญาท้องถิ่นแล้ว การนำคุณค่าของวิถีชีวิต วัฒนธรรมชุมชนที่เป็นจุดแข็งของชุมชนเกษตรกรรมไทยยังช่วยเพิ่มมูลค่าเกิดธุรกิจชุมชนเข้มแข็ง มีความคุ้มค่าในการลงทุน และแข่งขันได้ในระบบตลาดเฉพาะที่ผู้บริโภคเป้าหมาย จัดได้รับข้อมูลจากการผลิต การแปรรูปต้นทาง ให้การสนับสนุนผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและมีคุณค่าเกิดห่วงโซ่คุณค่า(Value chain) ธุรกิจชุมชนจากโซ่อุปทานไก่พื้นเมืองจึงเป็นต้นแบบหนึ่งของการสร้างอาชีพเกษตรกรรวมกลุ่มเกษตรกรรายย่อย ด้วยการบริหารจัดการโซ่อุปทาน ให้เกิดเศรษฐกิจหมุนเวียนในชุมชน ที่น้อมนำปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน(Sustainable Development Goals : SDGs) รวมทั้งเป็นการสนับสนุนรูปแบบการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาพัฒนาภาคเกษตร เศรษฐกิจชุมชนสนองนโยบาย BCG model (Bio Economy Circular Economy and Green Economy) ตามแผนแม่บทการพัฒนาประเทศไทย 4.0 (ศิริพร กิริติการกุล,2560)

การบริหารจัดการธุรกิจชุมชน ด้วยการบริหารจัดการโซ่อุปทาน(Supply chain) และการห่วงโซ่คุณค่า(Value chain)เพื่อการสร้างเศรษฐกิจหมุนเวียน(Circular economy)ในชุมชนชนบท ด้วยการเลี้ยงไก่พื้นเมือง(ประดู่หางดำ) ของกลุ่มเกษตรกรรายย่อย ออกแบบกิจกรรมตลอดโซ่อุปทาน ดังนี้

ระบบการผลิต การจัดการฟาร์ม (โซ่ที่ 1) เกิดปฏิทินการผลิตที่ต่อเนื่อง เพื่อการผลิตไก่พื้นเมืองขุนที่มีปริมาณ และคุณภาพแข่งขันได้เชิงพาณิชย์ เกษตรกรได้รับความรู้ในการพัฒนาให้ระบบการผลิตได้รับการรับรองมาตรฐานภายใต้ข้อกำหนดของกรมปศุสัตว์ (Farm standard) ให้เกษตรกรเป็นผู้ผลิตเกษตรกรที่ดี (Good Agricultural Practice: GAP)

การเพิ่มมูลค่า (Value added) ผลผลิตไก่ขุน (โซ่ที่ 2) ด้วยการแปรรูปผ่านกระบวนการเชือดในโรงเชือดชุมชนที่มีความปลอดภัยอาหาร ถูกสุขลักษณะ สร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภคด้านความปลอดภัย (Food safety) เป็นผลิตภัณฑ์หลากหลายชนิด ทั้งผลิตภัณฑ์พร้อมปรุง (ไก่สด ไก่สดแช่แข็ง ไก่สดชำแหละ ชิ้นส่วน และไก่ปรุงรสต่างๆ เป็นต้น)

การสร้างคุณค่า(Value creation) (โซ่ที่ 3) พัฒนาผลิตภัณฑ์พร้อมบริโภคด้วย คุณภาพเนื้อ (เนื้อแน่น นุ่ม) คุณค่าโภชนาการ(เช่น ไขมัน กรดไขมัน คอล레스เตอรอล ไตรกลีเซอไรด์ ในระดับต่ำ เมื่อเทียบกับไก่เนื้อขาวที่เลี้ยงเชิงอุตสาหกรรม) วัฒนธรรมการบริโภคพื้นบ้าน (เช่น ไก่อบฟาง ไล่จ๋อ ไก่ย่าง ไก่หนึ่งสมุนไพโร ไก่ต้มน้ำปลา เป็นต้น) เพื่อเพิ่มมูลค่า และแก้ไขปัญหาผลผลิตล้นตลาดได้ ซึ่งการพึ่งพาเฉพาะตลาดชุมชนมักประสบปัญหาไก่ล้นตลาดในช่วงฤดูฝน (จากความอุดมสมบูรณ์ของอาหารจากธรรมชาติทำให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่บริโภคไก่อ้น้อยลง) การแปรรูปช่วยรักษาสมดุลระดับการผลิต ขนาดการผลิต จากการดึงอุปทานส่วนเกินเพื่อการแปรรูปผลิตภัณฑ์ที่มีระยะเวลาการเก็บรักษา และการตลาดที่มีเวลานานกว่า

การขยายโอกาสทางการตลาด (โซ่ที่ 4) รวมกลุ่มเกษตรกรขยายโอกาสทางการตลาด จากตลาดชุมชนไปสู่ตลาดระดับกลาง (Modern Trade) สร้างความภักดี เกิดการจดจำและซื้อซ้ำ ด้วยการสร้างแบรนด์ (Brand) ซึ่งมีตำแหน่งการตลาดสูงกว่าไก่พื้นเมืองหลากหลายพันธุ์(ไก่อ่าน)และไก่เนื้อขาว (boiler)(ไก่พันธุ์เนื้อในตลาดโดยทั่วไป) และแม้จะเป็นผลิตภัณฑ์จากไก่ประดู่ เกษตรกรทำการตลาดในตลาดModern trade และตลาดเฉพาะ ยังจำเป็นต้องสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ เพื่อกำหนดตำแหน่งตลาดและราคา ตามต้นทุน และคุณภาพ ที่ผู้บริโภคสามารถจำแนกความแตกต่างได้เช่นเดียวกัน รวมทั้งตราสินค้าก็จะต้องมีความแตกต่างตามรูปแบบการเลี้ยงเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มที่แตกต่างกัน กล่าวคือ ไก่ประดู่หางดำพันธุ์เลี้ยงปล่อยอิสระเน้นอาหารธรรมชาติ /เลี้ยงเสริมด้วยพืชอาหารหมัก ปราศจากการใช้ยาปฏิชีวนะ มีระยะเวลาการขุนที่นานกว่า(105-120 วัน)เน้นจุดขายด้วยเรื่องราว (Story)การผลิตของเกษตรกรรายย่อย มีตำแหน่งการตลาดสูงสุด ทำการตลาดในตลาดระดับบน รองลงมาคือ ไก่ประดู่พันธุ์แท้/ลูกผสมเลี้ยงแบบกึ่งขังกึ่งปล่อย เลี้ยงด้วยอาหารธรรมชาติ และอาหารสำเร็จรูป ทำการตลาดในตลาด Modern trade ตลาดไก่อ่าง ภัตตาคารและร้านอาหารทั่วไป

จากการกำหนดตำแหน่งการตลาดและขยายตลาด ไก่พื้นเมืองให้เกิดส่วนแบ่งการตลาด อาศัยข้อมูลเชิงวิทยาศาสตร์ ของคุณภาพเนื้อ ปรับเปลี่ยนทัศนคติที่ว่า “ไก่พื้นเมืองเหนียว” เป็น “ไก่พื้นเมือง เนื้อแน่น นุ่ม รสชาติอร่อย มีโภชนาการสูง มีไขมันและยูริกเอสิด ต่ำ” (สัญญา จัตุรสีทาและคณะ, 2554: จิรวาวัฒน์ และคณะ, 2560) เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค โดยเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคที่รักสุขภาพ ผู้บริโภคในตลาดHi ended /บริการอาหารในตลาดภัตตาคาร ด้วยการประชาสัมพันธ์เชิงรุก ทั้งการจัดแสดงสินค้าในห้างสรรพสินค้า /ร้านค้าพันธมิตรธุรกิจ สร้างกระแสการบริโภคไก่พื้นเมืองพันธุ์แท้ประดู่หางดำ นอกจากนี้การ

ขยายโอกาสทางการตลาดไปสู่ตลาดระดับกลาง และตลาดเฉพาะแล้ว การขยายตัวของเกษตรกร และชุมชนในการเลี้ยงไก่พื้นเมืองในวงกว้างกว่า 1,200 ราย ปริมาณการผลิตไก่ขุน กว่า 1 ล้านตัวต่อปี กลุ่มเกษตรกร/เครือข่ายการผลิตขนาดใหญ่ ยังขยายตลาดไก่ขุนจำหน่ายในประเทศเพื่อนบ้าน ได้แก่ สปป.ลาว เมียนมาร์

ผลการวิจัยภายใต้ชุดโครงการระบบการสร้างอาชีพการเลี้ยงไก่พื้นเมือง (ประเด็นทางดำ) แก่เกษตรกรรายย่อย ตั้งแต่ปี 2555 ถึงปี 2562 รวม 4 ระยะ (Phases) เกิดการเชื่อมต่อธุรกิจชุมชนตามโซ่อุปทาน (Supply chain) สร้างการมีส่วนร่วมของเกษตรกรให้เกิดเป็นเครือข่ายความร่วมมือระหว่างเกษตรกรในระดับท้องถิ่น ไปสู่การสร้างเครือข่ายความร่วมมือระดับในระดับจังหวัด ระดับภาค และระดับประเทศ โดยความร่วมมือด้านการผลิตก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในนวัตกรรม และเทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตใหม่ ๆ ผลลัพธ์ของโครงการฯ ด้านการผลิตคาดหวังให้ชุมชน เครือข่ายมีการพึ่งพาตนเอง การเป็นเจ้าของสายพันธุ์ ซึ่งในแต่ละพื้นที่ การพัฒนาศูนย์อาหารสัตว์ชุมชน (Community feed center) ก่อให้เกิดการตระหนักถึงองค์ความรู้ที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น ให้เกิดนำมาใช้ประโยชน์ในการลดต้นทุนการผลิต สำหรับผลลัพธ์ด้านการตลาด คาดหวังให้ชุมชน/เครือข่าย รักษาตลาด /ขยายโอกาสทางการตลาดก่อให้เกิดอำนาจต่อรองในการกำหนดราคาที่เป็นธรรมทั้งแก่เกษตรกรผู้ผลิต และผู้บริโภค(ศิริพร กิริติการกุล,2560)

2.การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎี แนวคิดการเรียนรู้ การสร้างมีส่วนร่วม ด้วยการวิจัยชุมชน

แนวคิดของ Learning Organization ซึ่ง Chris Argyris ได้ให้แนวคิด ไว้ว่า สมาชิกขององค์การให้การตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายในและภายนอก ด้วยการตรวจสอบและแก้ไขข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้นเสมอ ๆ ในองค์การ เกิดการเรียนรู้สองรูปแบบที่มีความสำคัญในการสร้าง Learning Organization คือ Single Loop Learning (First Order / Corrective Learning) หมายถึง การเรียนรู้ที่เกิดขึ้นแก่องค์การเมื่อการทำงานบรรลุผลที่ต้องการลักษณะ การเรียนรู้แบบที่สองเรียกว่า Double Loop Learning (Second Order/Generative Learning)หมายถึงการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นเมื่อสิ่งที่ต้องการให้บรรลุผลหรือเป้าหมายไม่สอดคล้องกับผลการกระทำ หัวใจของการสร้าง Learning Organization อยู่ที่ยุทธศาสตร์วินัย 5 ประการในรูปของการนำไปปฏิบัติของบุคคล ทีม และองค์การอย่างต่อเนื่อง มีดังนี้

1. Personal Mastery : ความรอบรู้ของบุคคล เป็นบุคลิกภาพของบุคคลในองค์การที่มีความสนใจใฝ่รู้ เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง ทำให้มีความรอบรู้ และมุ่งมั่นที่จะพัฒนาตนเองให้ไปถึงเป้าหมาย

2. Mental Models : แบบแผนความคิด เป็นแบบแผนวิธีการคิดของบุคคลที่ใช้สติ มีความหนักแน่นมีเหตุผล มีมุมมองที่เปิดกว้าง ต่อสิ่งต่าง ๆ หรือเรื่องราวต่าง ๆ ที่ปฏิบัติจนเป็นวัฒนธรรมขององค์การ

3. Shared Vision : วิสัยทัศน์ร่วม การกำหนดวิสัยทัศน์ร่วมกันของคนในองค์การ เป็นความมุ่งหวังของทุกองค์การที่ต้องการทำให้เกิดเป็นรูปธรรม ทำให้ทุกคนมีส่วนร่วมรับผิดชอบในการขับเคลื่อนไปสู่เป้าหมาย

4. Team Learning: ทีมแห่งการเรียนรู้ เป็นกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของทีม บนพื้นฐานของความรอบรู้ของบุคคล เพื่อสร้างสรรค์ผลงาน

5. Systems Thinking: การคิดเชิงระบบ เป็นความสามารถของบุคคล ในการเข้าใจถึงความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งต่างๆ ที่เป็นองค์ประกอบสำคัญของระบบ ทั้งภาพรวมและรายละเอียดของส่วนประกอบย่อย ๆ ซึ่งความคิดเชิงระบบ นี้สามารถแก้ไขปัญหที่สลับซับซ้อน ต่างๆ ได้เป็นอย่างดี

การเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ จะทำให้องค์การและบุคลากร มีกระบวนการทำงานที่มีประสิทธิภาพและมีผลการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิผล โดยมีการเชื่อมโยงรูปแบบของการทำงานเป็นทีม (Team working) สร้างกระบวนการในการเรียนรู้และสร้างความเข้าใจเตรียมรับกับความเปลี่ยนแปลง เปิดโอกาสให้ทีมงานและมีการให้อำนาจในการตัดสินใจ (Empowerment) เพื่อเป็นการส่งเสริมให้เกิดบรรยากาศของการคิดริเริ่ม (Initiative) และการสร้างนวัตกรรม (Innovation) ซึ่งจะก่อให้เกิดองค์การที่เข้มแข็ง พร้อมเผชิญกับสภาวะการแข่งขัน

3.แนวคิดและทฤษฎี การบริหารจัดการโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) และห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain)

การจัดการห่วงโซ่อุปทาน เป็นกระบวนการของการวางแผนและการบริหารกิจกรรมต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการจัดหาและจัดซื้อ การแปรรูป และกิจกรรมโลจิสติกส์ต่างๆ กิจกรรมและที่สำคัญยังรวมไปถึงการประสานงาน (Coordination)และการทำงานร่วมกัน (Collaboration) ระหว่างผู้จำหน่ายวัตถุดิบผู้ผลิต ผู้ให้บริการขนส่ง และลูกค้าหรือกล่าวคือองค์กรที่อยู่ในห่วงโซ่เดียวกัน(สำนักเศรษฐกิจการเกษตร, ม.ป.ป.) แลมเบิร์ต (Lambert, et al.,1998) ได้ให้ความหมายของการจัดการห่วงโซ่อุปทาน หมายถึงการบูรณาการของกระบวนการทางธุรกิจที่เริ่มต้นจากผู้บริโภคชั้นสุดท้ายผ่านไปจนกระทั่งถึงผู้จัดจำหน่ายขั้นแรกสุดที่ทำหน้าที่จัดหาสินค้า บริการ และสารสนเทศ เพื่อเพิ่มมูลค่าให้แก่ผู้บริโภค การจัดการห่วงโซ่อุปทาน ที่มีคุณค่าที่เหนือกว่าคู่แข่ง จึงมีต้นทุนที่ต่ำกว่าในทุกๆ กิจกรรมตลอดห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งจะเรียกใหม่ว่าห่วงโซ่คุณค่า (Value chain) อันเป็นกระบวนการเชื่อมโยงของกิจกรรมต่างๆที่จากการสร้างมูลค่าเพิ่ม สามารถแบ่งออกได้ 2 กิจกรรม ได้แก่ กิจกรรมพื้นฐาน คือ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการผลิตโดยตรงตั้งแต่การนำเข้าวัตถุดิบ ขั้นตอนการแปรรูปเป็นสินค้าสำเร็จรูป จนการนำเข้าสินค้าสำเร็จส่งถึงมือผู้บริโภคชั้นสุดท้าย และกิจกรรมสนับสนุน คือ กิจกรรมที่สนับสนุนกิจกรรมหลัก และกิจกรรมสนับสนุนด้วยตนเองกล่าวคือ เริ่มต้นตั้งแต่การนำเข้าวัตถุดิบจากฝ่ายผู้จัดหาป้อนวัตถุดิบหรือปัจจัยการผลิตเข้าสู่กิจกรรมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทั้งกระบวนการการผลิตและการตลาด และสิ้นสุดที่การกระจายสินค้าสำเร็จรูปสู่ผู้บริโภค สำหรับการวัดประสิทธิภาพการบริหารจัดการโซ่อุปทาน ที่เกิดจากการสร้างมูลค่าเพิ่มของกระบวนการเชื่อมต่อของกิจกรรมต่างๆ ด้วยอัตราผลตอบแทนการลงทุน: ROI (Return on investment) ซึ่งเป็นเครื่องมือทางการเงิน การวัดผลตอบแทนการลงทุน ซึ่งจะสะท้อนผลตอบแทนที่เกิดแก่ผู้ลงทุน(เกษตรกร)ในลักษณะเปรียบเทียบประสิทธิภาพการบริหารจัดการในแต่ละห่วงโซ่จากบนน้ำสู่ปลายน้ำ

แนวคิดและหลักการของต้นแบบธุรกิจชุมชนไก่พื้นเมือง ได้ประยุกต์แนวคิดเศรษฐกิจชุมชนหลากหลายแนวคิดผสมผสานกัน ทั้งแนวคิดเกษตรผสมผสาน วัฒนธรรมชุมชน และหลักการเศรษฐศาสตร์ในการดำเนินธุรกิจ ที่เกษตรกรรวมตัวกันเป็นกลุ่มช่วยเหลือและสร้างความเข้มแข็งในการบริหารจัดการธุรกิจชุมชน ตลอดโซ่อุปทาน (Supply chain) ตั้งแต่การวางแผนการผลิต ไปจนถึงการตลาด สร้างมูลค่าผลผลิตตลอดโซ่อุปทานด้วยสร้างห่วงโซ่คุณค่า ด้วยระบบการเลี้ยงที่ปลอดภัยด้วยพืชอาหารในพื้นที่ ระบบการผลิตที่ปราศจากการใช้ยาปฏิชีวนะ ในรูปแบบการเลี้ยงปล่อยให้ไก่หากินอาหารเองแสดงพฤติกรรมตามธรรมชาติ (Free range) ไก่มีความสุข (Happy chick) ในสภาพแวดล้อมที่ดี (Animal welfare) และแนวคิดแบบสหกรณ์ที่ทุกคนมีความเสมอภาค อีกทั้งการน้อมนำปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ระเบิดพลังในการนำเทคโนโลยี นวัตกรรมวิชาการต่างๆ ที่เหมาะสม สอดคล้องสภาพเศรษฐกิจ สังคม และทรัพยากรในพื้นที่มุ่งเน้นการนำทรัพยากรในพื้นที่ เช่นพืชอาหารในท้องถิ่นมาใช้ประโยชน์ ลดต้นทุนการผลิตจากการใช้อาหารสัตว์สำเร็จรูปจากภายนอก

โดยกระบวนการสร้างธุรกิจชุมชนเริ่มจากความเข้าใจบริบทพื้นฐานของเกษตรกร และชุมชน ด้วยการวิเคราะห์สถานะแวดล้อมภายในและภายนอก (SWOT Analysis) นำแนวคิดทฤษฎีการเปลี่ยนแปลง (Change theory) ทฤษฎีการผลักดัน (Nudge theory) เชื่อมโยงให้เห็นกลไกการทำงานหลักของธุรกิจชุมชน (Business model) ที่มีเป้าหมายระยะยาว (Broad Social Impacts) นำไปสู่ต้นแบบธุรกิจชุมชนที่เกษตรกรเป็นเจ้าของพึ่งพาตนเองได้ และสร้างเครือข่ายธุรกิจ เพื่อการบริหารจัดการความเสี่ยง (Risk management) สะท้อนถึงปฏิสัมพันธ์ของปัจจัยนำเข้า (Inputs) กระบวนการ (Process) ที่นำไปสู่ผลผลิต (Outputs) และเส้นทางผลลัพธ์ (Outcome mapping) วางแนวทางตามกรอบปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงสอดคล้องกับห่วงโซ่อุปทาน (Supply chain) พร้อมสร้างห่วงโซ่คุณค่า (Value chain) ให้แต่ละห่วงโซ่มีมูลค่าเพิ่ม (Value added) ที่เป็นธรรม ซึ่งการใช้ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ ควบคู่กับศาสตร์อื่นๆ ในการขับเคลื่อนกลไกตลอดห่วงโซ่อุปทานจนเกิดเป็นธุรกิจชุมชนที่คนในชุมชนเป็นเจ้าของธุรกิจร่วมกัน โดยมีแนวคิดในแต่ละขั้นตอน ก่อให้เกิดระบบและกลไก การจัดการธุรกิจชุมชน ตลอดโซ่อุปทาน ดังนี้

ห่วงโซ่ที่ 1 (การผลิตไก่ขุน) มีการประยุกต์ใช้ทฤษฎีการตัดสินใจเลือก (Alternatives Theory) เพื่อให้เกษตรกรมีทางเลือกที่หลากหลาย ตามเงื่อนไขเศรษฐกิจ สังคม ศักยภาพ เทคโนโลยี และภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยเฉพาะเกษตรกรรายย่อย ที่มีกิมระบบการผลิตเกษตรแบบผสมผสาน น้อมนำเอาเกษตรทฤษฎีใหม่/ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง มาปรับใช้กับหลักการจัดสรรทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพด้วยทฤษฎีแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการผลิต และโครงสร้างต้นทุนการผลิต (Cost structure) ที่สามารถวัดผลผลิตภาพการผลิตที่สูงขึ้น (Productivity) เพื่อกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจเพื่อการเปลี่ยนแปลงการใช้ทุนธรรมชาติ เพื่อการลดต้นทุนการผลิต (อาศัยหลักการวิเคราะห์หน่วยท้ายสุด (Marginal analysis) ในการจัดสรรทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเปรียบเทียบระหว่างต้นทุนที่เพิ่มขึ้น (Marginal costs) และประโยชน์ที่เพิ่มขึ้น (Marginal benefits)) การพึ่งพาตนเอง และสร้างความเข้มแข็งของธุรกิจ รวมทั้งเพิ่มโอกาสจากการเป็นผู้ผลิตไปสู่การเป็นผู้ประกอบการ ทำหน้าที่การตลาด หรือลงทุนร่วมเพื่อสร้างธุรกิจชุมชนที่เกษตรกรเป็นเจ้าของ (Owner)

การตลาด และกลยุทธ์การตลาด (Marketing and Strategy) เพื่อตอบสนองความต้องการผู้บริโภคเป้าหมาย ภายใต้วิธีการติดตาม และประเมินผลบริหารจัดการความคุ้มค่าในการลงทุน (Return on Investment) และ ความเสี่ยง (Risk management)

ห่วงโซ่ที่ 2 (การบริหารจัดการโรงฆ่าสัตว์ปีกชุมชน) อาศัยกระบวนการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ (Feasibility Analysis) ในการลงทุน และความคุ้มค่าในการลงทุน สร้างการมีส่วนร่วมในการใช้ประโยชน์ ร่วมกันในชุมชน/การบริหารจัดการที่ครอบคลุม logistic costs ซึ่งเป็นคอขวดสำคัญหนึ่งของการพัฒนาธุรกิจ ชุมชนซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในพื้นที่ที่อยู่ห่างไกล

ห่วงโซ่ที่ 3 (การแปรรูปผลิตภัณฑ์) ประยุกต์ใช้แนวคิดการสร้างคุณค่า (Value Creation) ของ ผลิตภัณฑ์ (ไก่พื้นเมืองประดู่หางดำ) (คุณค่าสำคัญ 4 ประการ ได้แก่ คุณค่าทางโภชนาการ คุณค่าทางด้าน รสชาติ คุณค่าจากระบบการผลิต และคุณค่าจากสวัสดิภาพสัตว์) เพื่อสร้างความแตกต่าง (Differentiation) จากคู่แข่งขั้นที่ผู้บริโภคเต็มใจที่จะจ่าย (Willing to pay)

ห่วงโซ่ที่ 4 (การสร้าง และขยายโอกาสทางการตลาด) ประยุกต์ใช้แนวคิดการตลาด โดยการแบ่งแยก ตลาด (Market creation and segmentation) ด้วยคุณค่า และต้นทุนที่แตกต่าง เพื่อการจัดการตลาดเฉพาะ (niche market) การสร้างตราสินค้า (brand) รวมทั้งวางแผนการตลาดจากการสร้างผลิตภัณฑ์ที่แตกต่าง (Products differentiation) และกำหนดราคา (Price setting) จากคุณภาพ และต้นทุนที่แตกต่างกัน แต่ ยังคงมีความเป็นธรรมทั้งแก่ผู้ผลิต และผู้บริโภค เนื่องจากผู้บริโภคแต่ละคนจะมีการคำนึงถึงค่า หรือประโยชน์ ที่ได้รับจากสินค้า และบริการ (Perceived value) เทียบกับค่าใช้จ่ายที่เสียไปแตกต่างกัน (ส่วนเกินผู้บริโภค: Consumer surplus)

ห่วงโซ่ที่ 5 (สร้างการรับรู้ การประชาสัมพันธ์ และความพึงพอใจ) มุ่งเน้นการสร้างการรับรู้ในเรื่อง ของมาตรฐานฟาร์มเลี้ยง โรงฆ่าสัตว์ปีกปลอดภัย ความปลอดภัยทางด้านอาหาร (Food Safety) และการ ตรวจสอบย้อนกลับ (Tracability)

4.แนวคิดการประเมินผลลัพธ์และผลกระทบ

แนวคิดการประเมินผลกระทบ (Impacts) ต่อเศรษฐกิจต่อสังคม/ชุมชน (Economic impacts) อันได้แก่ การสร้างรายได้ และการสร้างอาชีพ ที่ถูกนำมาใช้ประเมินมูลค่าที่วัดเป็นมูลค่าตัวเงินที่มีความเป็น รูปธรรมแล้ว ยังสามารถวัดผลกระทบเชิงบวกต่อสังคม (Social impacts) ที่นอกเหนือจากมูลค่าที่เป็นตัวเงิน แล้วยังสามารถวัดมูลค่าจากผลด้านอื่นๆ อันได้แก่ การมีความมั่นคงทางด้านอาหาร (Food security) การลด ภาระหนี้สินครัวเรือนจากการลดค่าใช้จ่ายครัวเรือน รวมถึงการพึ่งพาทรัพยากรในพื้นที่เพื่อลดต้นทุนการผลิต ซึ่งสำหรับการประเมินผลกระทบเชิงเศรษฐกิจจากการนำไก่พื้นเมืองมาสร้างอาชีพให้เกิดการกระจาย พันธุกรรมไก่พื้นเมืองไปสู่พื้นที่ต่างๆทั่วประเทศ ยังมีส่วนช่วยให้เกิดการอนุรักษ์รักษาสายพันธุ์ไก่พื้นเมืองให้ คงอยู่ในชุมชน โดยชุมชน (In-situ conservation: การอนุรักษ์ในที่อยู่) ซึ่งช่วยให้ภาครัฐประหยัด

งบประมาณในการเก็บรักษาสายพันธุ์ไว้เพียงในสถานทดลองต่างๆ (มิ่งสรรพ ขาวสอาด, 2560) (สฤณี อาชวนันทกุล และภัทราพร แยมลออ, ม.ป.ป.)

สำหรับแนวคิดเส้นทางผลลัพธ์หรือ “แผนที่ผลลัพธ์ (Outcome Mapping) เป็นแนวคิดหรือวิธีที่ให้ความสำคัญกับการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมหรือความสัมพันธ์ที่เกิดกับภาคีชุมชนเป้าหมายหรือเป็นกลไกการจัดการที่มุ่งถึงผลงานหรือผลสัมฤทธิ์ (result base management) ของภาคีเป้าหมายต่างๆ (boundary partners) เป็นหลัก ทั้งนี้การที่จะทำให้เกิดเป็นผลลัพธ์เกิดขึ้นได้นั้นจะต้องมีกิจกรรมหรือกลไกในการแทรกแซง (intervention) ผ่านกระบวนการให้ความรู้ สร้างความเข้าใจการทำให้มีความตระหนักถึง ตลอดจนการสร้างทัศนคติที่ดี ซึ่งปัจจัยดังกล่าวหากเกิดขึ้นแล้วจะทำให้ภาคีเป้าหมายต่างๆ เกิดการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรม (behavior) ความสัมพันธ์ (relationship) หรือการกระทำ (actions) ตามมา ซึ่งเป็นกลไกสำคัญที่จะเป็นพลังผลักดันขับเคลื่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคม (social change) ตามมา แต่ในสภาพความเป็นจริงแล้วการเปลี่ยนแปลงทางสังคมมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันอย่างหลากหลาย ทั้งที่โดยเจตนาและไม่ได้เจตนา ทั้งที่เป็นทางตรงและทางอ้อม นอกจากนี้แนวคิดหรือวิธี Outcome Mapping ได้ให้ความสำคัญกับการอธิบายปรากฏการณ์ของความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นนั้นเกิดขึ้นได้อย่างไรทำไมจึงนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้น

แนวคิด Outcome Mapping จึงเป็นรูปแบบของการวางแผนและประเมินผลของโครงการพัฒนาหรือโครงการวิจัย โดยได้เชื่อมขอบเขตความสัมพันธ์ของผลผลิตหรือผลงาน (outputs) อันเกิดขึ้นกับกิจกรรม (activities) การดำเนินงานของโครงการ (sphere of control) เข้ากับขอบเขตที่โครงการสามารถปฏิสัมพันธ์ สร้างการยอมรับและมีอิทธิพลถึงได้ (sphere of influence) ซึ่งเท่ากับเป็นการขยายผลงานวิจัยสู่กลุ่มภาคีเป้าหมาย ทั้งนี้ ในการขยายหรือสร้างความสัมพันธ์กับภาคีเป้าหมาย โครงการจำเป็นต้องมีส่วนในการกระตุ้น การสร้าง หรือการอำนวยความสะดวก เพื่อเอื้อให้เกิดการพัฒนาเชื่อมโยงในรูปแบบต่างๆ ตลอดจนการสร้างพันธกิจร่วม (engagement) กับภาคีภาคส่วนต่างๆ (partners or stakeholders) ให้เข้ามามีบทบาทเกี่ยวข้อง รวมถึงการมีกิจกรรมร่วมกัน อันนำไปสู่การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมและแนวคิด เกิดการยอมรับขึ้นกับภาคีเป้าหมาย ซึ่งเป็นผลลัพธ์ (outcomes) และในท้ายที่สุดจะส่งผลต่อชุมชนและสังคมในวงกว้าง อันเป็นผลกระทบ (impacts) ตามมา ทั้งนี้ ผลกระทบที่เกิดขึ้นจะเป็นการเปลี่ยนแปลงจากสถานภาพเดิมไปสู่สถานภาพใหม่ (changes in state or conditions) อันเป็นขอบเขตที่ผู้คนในสังคมสนใจ (sphere of interest) แนวคิดหรือวิธี Outcome Mapping เป็นการสนับสนุนมุ่งเน้นที่การจัดการเพื่อสร้างผลลัพธ์จากผลผลิตหรือผลงานของโครงการวิจัยให้ขยายผลไปสู่ภาคีเป้าหมายต่างๆ โดยโครงการมีบทบาทเพียงการเป็นผู้สนับสนุนหรืออำนวยความสะดวกให้กับภาคีหุ้นส่วนต่างๆ ได้เข้าถึงทรัพยากร ความคิดใหม่ และโอกาสต่างๆ พร้อมกับการสร้างความตระหนักรู้ (awareness) การเพิ่มพูนความรู้ (knowledge) การปรับเปลี่ยนทัศนคติ (attitude) การสร้างแรงบันดาลใจ (aspiration) ให้เกิดขึ้นกับภาคีหุ้นส่วนต่างๆ อันนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมของภาคีเป้าหมายตามมา ในอีกด้านหนึ่งวิธี Outcome Mapping สนับสนุนการเพิ่มขยายบทบาทของภาคีหุ้นส่วนต่างๆ ในสังคมสู่การเป็นผู้มีบทบาทหลักในการแทรกแซงควบคุมการดำเนินการ

แนวคิดหรือวิธี Outcome Mapping เอื้อประโยชน์ต่อการใช้บริหารจัดการห่วงโซ่งานวิจัยในช่วงปลายน้ำและเป็นเครื่องมือที่ใช้สนับสนุนการประเมินวิเคราะห์หาผลลัพธ์และผลกระทบในวงกว้าง (macro level) ของโครงการ ซึ่งแตกต่างจากแนวคิดหรือวิธี Logical Framework ซึ่งเหมาะที่จะใช้กับการบริหารจัดการงานวิจัยในห่วงโซ่งานวิจัยต้นน้ำ โดยให้ความสำคัญกับแผนงานและการปฏิบัติงาน (implementation) ให้เป็นไปตามแผนงานรวมถึงการติดตามประเมินผล (monitoring) ระหว่างการดำเนินงานเป็นสำคัญ แนวคิดหรือวิธี Outcome Mapping จึงเป็นการขยายกรอบคิดจากวิธี Logical Framework ไปพร้อมๆ กับการให้ความสำคัญกับกระบวนการสร้างการเปลี่ยนแปลงที่เป็นผลลัพธ์ทั้งโดยตรงและโดยอ้อมให้เกิดขึ้นกับภาคีหุ้นส่วนของโครงการ ส่งผลให้การออกแบบและวางแผนโครงการมีลักษณะเชิงยุทธศาสตร์มากขึ้น เหมาะกับการใช้ในการบริหารจัดการโครงการของหน่วยบริหารงานวิจัยโดยเฉพาะการจัดทำแผนยุทธศาสตร์เพื่อการขับเคลื่อนเชิงนโยบาย

ในภายหลังได้มีการพัฒนาผนวกกรอบแนวคิดทั้งสองข้างต้นเข้าด้วยกัน ขยายขอบเขตขึ้นเป็นกระบวนการหาความสัมพันธ์ระหว่างการลงทุนวิจัยไปสู่การสร้างผลกระทบที่เกิดขึ้นในสังคม ซึ่งบางครั้งเรียกว่า การทำแผนที่ผลงานวิจัย (results mapping) หรือ การวิเคราะห์เส้นทางสู่ผลกระทบ (pathway analysis) หรือ เส้นทางสู่ผลกระทบ (impact pathway) ของงานวิจัยหรือการลงทุนวิจัย โดยอธิบายเชื่อมโยงตั้งแต่ต้นน้ำในส่วนที่ขอบเขตโครงการวิจัยสามารถควบคุมได้ภายใต้ความเป็นเหตุเป็นผลจากกรอบแนวคิดของ Logical Framework กล่าวคือ ผลผลิตหรือผลงาน (outputs) กิจกรรมการจัดการและดำเนินการต่างๆ (activities หรือ processes) ผลผลิตหรือผลงาน (outputs) ของงานวิจัยที่พร้อมจะนำไปใช้ประโยชน์พร้อมๆ กับพิจารณาถึงภาคีเป้าหมาย หรือ ผู้ที่จะนำผลงานไปใช้ประโยชน์ (users) ว่ามีการยอมรับและนำผลงานไปใช้เกิดการเปลี่ยนแปลงระดับการยอมรับ ทั้งในเชิงความรู้ ทักษะ พฤติกรรมการปฏิบัติ และทักษะ เป็นผลลัพธ์ (outcomes) จากกรอบแนวคิดของ Outcome Mapping เมื่อเกิดการยอมรับผลผลิตจากงานวิจัยในวงกว้าง หรือมีการนำไปใช้ประโยชน์ในวงกว้าง จะนำไปสู่ผลกระทบ (impacts) จากการใช้ประโยชน์ของผลงานวิจัย ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นกับสภาพ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ผลกระทบที่กล่าวถึงนี้มีมิติทั้งที่เกิดขึ้นในทางตรงและทางอ้อม ที่ตั้งใจและไม่ตั้งใจ และในเชิงบวกและเชิงลบ (ACIAR, 2008; CGIAR, 2008)

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้กำหนดระเบียบวิธีวิจัยที่มีขั้นตอนที่สำคัญดังต่อไปนี้

สถานที่วิจัย ประกอบด้วย พื้นที่การผลิตของกลุ่มเกษตรกรในโครงการย่อย 7 โครงการ ที่ดำเนินการใน 5 จังหวัด ประกอบด้วย เชียงใหม่ เชียงราย น่าน แม่ฮ่องสอน และเพชรบุรี

ประชากร/และวิธีการสุ่มตัวอย่าง

การศึกษานี้ แบ่งกลุ่มผู้ให้ข้อมูลเป็น 4 กลุ่ม ประกอบด้วย

- 1.เกษตรกร ใช้ประชากรที่เป็นเกษตรกรทั้งหมดในโครงการย่อย 7 โครงการ จำนวน 216 ราย
- 2.นักวิจัย ใช้ประชากรที่เป็นนักวิจัยทั้งหมดในโครงการย่อย 7 โครงการ จำนวน 27 ท่าน

3.ผู้ประกอบการตลาด/ตัวแทนผู้ประกอบการ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง(Purposive sampling) ในตลาด 3 ระดับ

ข้อมูลและวิธีการรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย

ข้อมูลปฐมภูมิ(Primary data) รวบรวมข้อมูล ผู้ที่เกี่ยวข้อง (เกษตรกร นักวิจัย ผู้ประกอบการ / ตัวแทนผู้ประกอบการ) จากการประชุม/ระดมความเห็น การติดตามผลการดำเนินงานในพื้นที่ ของสำนักงาน ประสานงาน ประกอบด้วย ข้อมูลการบริหารจัดการโซ่อุปทาน ปัญหา/อุปสรรค แนวทางการแก้ไขปัญหาของเกษตรกร ชุมชน และนักวิจัยในการดำเนินงานของโครงการย่อย

มูลทุติยภูมิ(Secondary data) รวบรวมข้อมูลจากรายงานการวิจัยโครงการย่อย ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนการทบทวนทฤษฎี แนวคิดและผลงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์ข้อมูลและเครื่องมือสถิติที่ใช้

การศึกษานี้ เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา(Descriptive analysis) เครื่องมือสถิติที่ใช้ ประกอบด้วย ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการวิเคราะห์เชิงปริมาณ เพื่อวัดประสิทธิภาพการบริหารจัดการด้วยเครื่องมือทางการเงิน ได้แก่ อัตราผลตอบแทนการลงทุน (RoI)

ขอบเขตการวิจัย

- 1.ขอบเขตด้านเวลา รวบรวมข้อมูล ใน รายงานฉบับสมบูรณ์ของโครงการ(ปี 2562)
- 2.ขอบเขต ด้านเนื้อหา การประมาณผลลัพธ์ และผลกระทบ(ด้านเศรษฐกิจ และด้านสังคม) เฉพาะเกษตรกรที่ร่วมโครงการ และเกษตรกรเครือข่าย

กิจกรรมการดำเนินงาน ตามแผนกิจกรรมการดำเนินงาน เพื่อการบรรลุเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ของโครงการ ประกอบด้วย 6 กิจกรรม จำแนกตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1: เพื่อศึกษากระบวนการสร้างอาชีพตลอดโซ่อุปทาน ระบบและกลไกการบริหารจัดการ ธุรกิจชุมชนจากไก่อู่ระหว่างคำของเกษตรกรรายย่อย ประกอบด้วยกิจกรรม ดังนี้

- **กิจกรรมที่ 5** การถอดบทเรียน แนวทาง กระบวนการ การสร้างความเข้าใจ ความร่วมมือ การสังเคราะห์เส้นทางผลผลิต ผลลัพธ์ และผลกระทบ ของชุดโครงการ ภายใต้การดำเนินการของโครงการย่อย
- **กิจกรรมที่ 6** การสังเคราะห์ ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย การคืนข้อมูลการสังเคราะห์แก่ภาคีเครือข่ายวิจัย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2: เพื่อติดตามและรวบรวมข้อมูลโครงการย่อย เพื่อการวิเคราะห์ผลลัพธ์ (Outcome) และผลกระทบ (Impacts) ทางเศรษฐกิจ จากระบบการสร้างอาชีพการเลี้ยงไก่พื้นเมือง (ประดู่หางดำ) ของเกษตรกรรายย่อย ประกอบด้วยกิจกรรม ดังนี้

- **กิจกรรมที่ 1** การรวบรวมข้อมูล การผลิต และการตลาดของโครงการย่อย

- **กิจกรรมที่ 2** การติดตามผลการดำเนินการโครงการ การวิเคราะห์กระบวนการบริหาร/ระบบและกลไก จัดการการสร้างอาชีพตลอดโซ่อุปทาน

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3: เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนา ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย เพื่อสร้างการอยู่รอดและความยั่งยืนของต้นแบบธุรกิจชุมชน ด้วยระบบการสร้างอาชีพการเลี้ยงไก่พื้นเมือง (ประดู่หางดำ) ของเกษตรกรรายย่อย ประกอบด้วยกิจกรรม ดังนี้

- **กิจกรรมที่ 3** วิเคราะห์ปัญหา อุปสรรค ปัจจัยแห่งความสำเร็จต้นแบบธุรกิจชุมชนที่เข้มแข็ง
- **กิจกรรมที่ 4** การจัดประชุมระดมความเห็นผู้ที่มีส่วนได้เสีย เพื่อการสร้างเครือข่ายการผลิต และการตลาด จัดทำแผนการตลาด (Marketing plan) สร้าง Brand ร่วมกัน

ส่วนที่ 3 ผลการดำเนินการตามกิจกรรมในแต่ละวัตถุประสงค์

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1: เพื่อศึกษากระบวนการสร้างอาชีพตลอดโซ่อุปทาน ระบบและกลไกการบริหารจัดการ ธุรกิจชุมชนจากไก่ประดู่หางดำของเกษตรกรรายย่อย

จากการนำข้อมูลทุติยภูมิจากการดำเนินงานตลอดโซ่อุปทานของโครงการย่อย ตั้งแต่ปี 2555 การประชุมระดมความเห็นผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อถอดบทเรียนแนวทาง กระบวนการสร้างความเข้าใจ ความร่วมมือในการพัฒนาโครงการ รวมทั้งข้อมูลจากรายงานโครงการวิจัยเพื่อประเมินความคุ้มค่าของโครงการวิจัยและพัฒนาภายใต้สำนักบริหารโครงการส่งเสริมการวิจัยในอุดมศึกษา และพัฒนามหาวิทยาลัยวิจัยแห่งชาติ ซึ่งโครงการระบบการสร้างอาชีพการเลี้ยงไก่ประดู่หางดำสู่มาตรฐานฟาร์มและโอกาสการตลาดอย่างยั่งยืน เป็นหนึ่งในโครงการที่ได้รับการประเมินผล ซึ่งการถอดบทเรียนจะนำไปสู่การวิเคราะห์ถึงเส้นทางผลผลิต (Outputs) ผลลัพธ์ (Outcomes) และผลกระทบ (Impacts) ของโครงการที่สามารถนำไปสู่การขยายผลการประยุกต์ใช้ และข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อการขับเคลื่อนงานวิจัยแก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง ภาควิชาวิจัยตลอดจนหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ผลการดำเนินงานในแต่ละกิจกรรมสรุปดังนี้

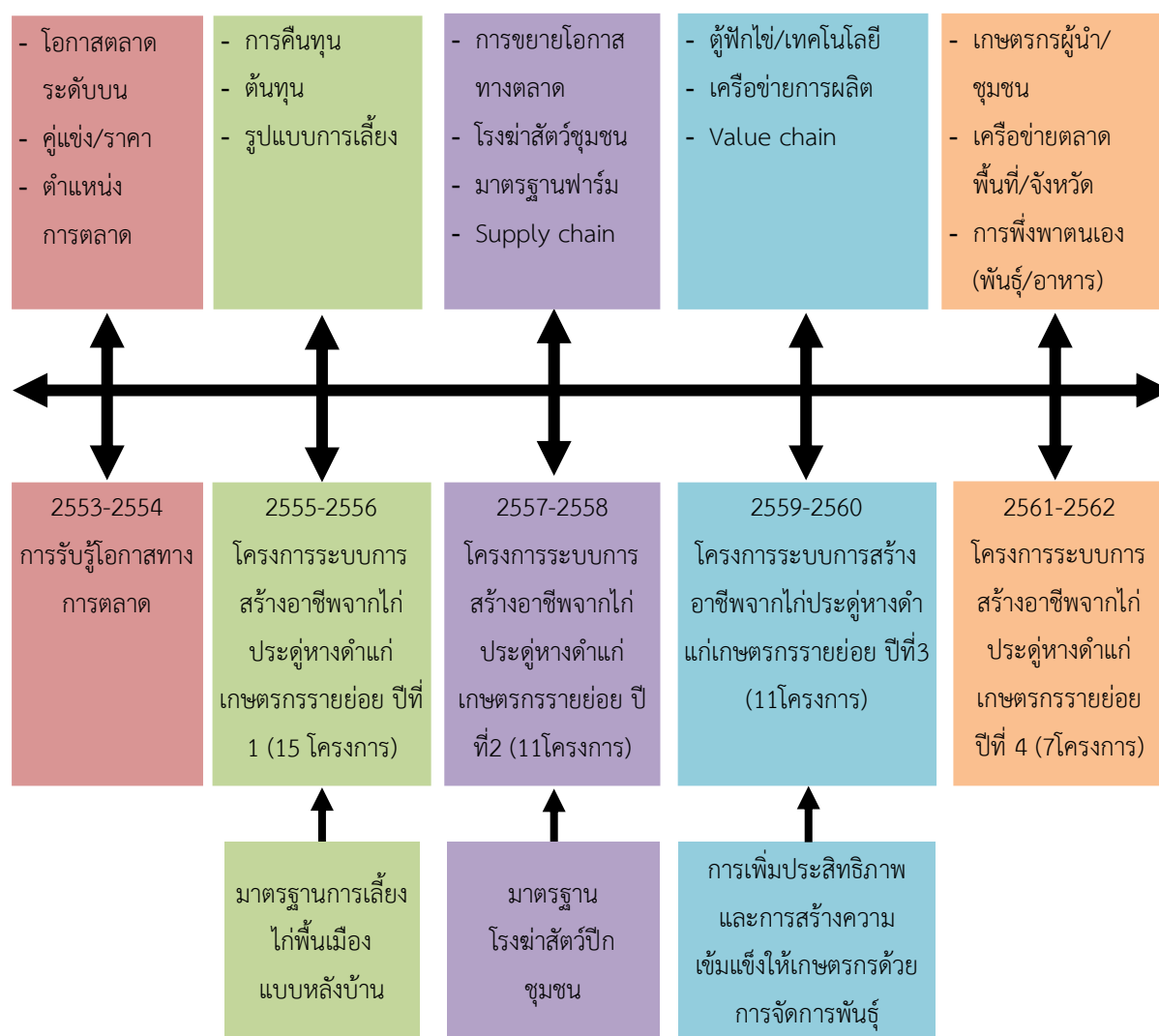
กิจกรรมที่ 5 การถอดบทเรียน แนวทาง กระบวนการ การสร้างความเข้าใจ ความร่วมมือ เส้นทางผลผลิต ผลลัพธ์ และผลกระทบ ของชุดโครงการ ภายใต้การดำเนินการของโครงการย่อย

การดำเนินโครงการวิจัยย่อยตลอดระยะเวลา 10 ปีที่ผ่านมา เกิดการสร้างแนวทางในกระบวนการดำเนินวิจัยร่วมกันของทุกฝ่าย สร้างระบบการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานที่เป็นเส้นทางผลลัพธ์ สามารถประมาณการมูลค่าเชิงเศรษฐกิจหมุนเวียนในชุมชนเบื้องต้น สะท้อนให้เห็นถึงความสำเร็จเชิงประจักษ์ของการเปลี่ยนแปลงระบบ และกลไกในการพัฒนาการเลี้ยงไก่พื้นเมืองจากหลังบ้าน สู่มาตรฐานอาหาร อีกทั้งยังก่อให้เกิดกระบวนการพัฒนาชุมชน และเปลี่ยนแปลงของชุมชน ใน 3 มิติ สร้างปราชญ์ชาวบ้านการเลี้ยงไก่ ด้วยการผสมผสานภูมิปัญญาท้องถิ่น หลักการเชิงวิชาการ และความรู้พื้นฐานที่เกิดจากการวิจัย และพัฒนาโดยกรมปศุสัตว์ และสกว. ให้สามารถเป็นศูนย์การเรียนรู้ชุมชนจากฟาร์มในพื้นที่ ที่เหมาะสมกับเกษตรกรและบริบทของชุมชน รวมทั้งขยายไปสู่การพัฒนาธุรกิจชุมชนตลอดห่วงโซ่อุปทานที่คำนึงถึงมูลค่าเพิ่มด้วยห่วง

ใช้คุณค่า โดยใช้ไถ่ประคู้ทางด้าเป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนร่วมกัน ซึ่งความสำเร็จในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชน สะท้อนตัวเลขได้จากการประเมินมูลค่าเชิงเศรษฐกิจของมูลนิธิสถาบันศึกษานโยบายสาธารณะในแต่ละระยะ

5.1 การถอดบทเรียนแนวทาง กระบวนการ การสร้างความเข้าใจ ความร่วมมือในการพัฒนา โจทย์วิจัยให้บรรลุเป้าหมาย

จากการเริ่มต้นโครงการ ด้วยการวิเคราะห์ศักยภาพการตลาดโอกาสการตลาดของไถ่พื้นเมือง และการเปิดชุดโครงการย่อยเพื่อการทดสอบองค์ความรู้จากการวิจัยของกรมปศุสัตว์ สถาบันอุดมศึกษาต่างๆ สกว. ได้สร้างความร่วมมือของการดำเนินการของโครงการย่อยเพื่อพัฒนาระบบและกลไกการสร้างอาชีพการเลี้ยงไถ่พื้นเมือง(ประคู้ทางด้า)แก่เกษตรกรรายย่อย ที่เริ่มต้น 13 โครงการ ในปี 2555 มาจนถึงปี 2562 จำนวนโครงการได้ทำการรวมพื้นที่เพื่อการบูรณาการการทำงานเหลือ 7 โครงการ ดัง Time line ของการดำเนินงานของผู้ที่มีส่วนได้เสีย (Stakeholders) ตลอดไถ่อุปทาน ในภาพที่ 2



ภาพที่ 2 กระบวนการวิจัยตลอดไถ่อุปทาน ของโครงการย่อยต่างๆ ตั้งแต่ปี 2553-2562

จากการถอดบทเรียน โครงการที่มีการออกแบบกิจกรรมร่วมกับโครงการย่อย ต่างๆ โดยมีเกษตรกรเป็นผู้ลงมือปฏิบัติในพื้นที่และสถานการณ์จริงตลอดระยะการดำเนินงาน 4 ระยะ ซึ่งเป็นการพัฒนาต่อเนื่องพบว่า

1) โครงการวิจัยที่มุ่งเน้นให้เกิดกระบวนการจัดการและเชื่อมโยงองค์ความรู้ด้านการผลิตและการพัฒนาระบบการเลี้ยงไก่พื้นเมือง ที่มีประสิทธิภาพ โดยอาศัยองค์ความรู้พื้นฐานที่เกิดจากการวิจัย และพัฒนาโดยกรมปศุสัตว์ และ สกสว. เพื่อสร้างทางเลือกแบบจำลองทางธุรกิจที่เหมาะสมกับทรัพยากรของเกษตรกรรายย่อยและบริบทของชุมชนท้องถิ่น

2) การสร้างความเข้มแข็งแก่เกษตรกรโดยการรวมกลุ่มเสริมสร้างพลังด้วยการบริหารจัดการโซ่อุปทาน การลงทุนเพิ่มในการพัฒนากิจกรรมกลางน้ำและปลายน้ำ เกิดห่วงโซ่คุณค่า ที่สร้างมูลค่าเพิ่ม ขยายโอกาสทางการตลาด อันเป็นแนวทางสร้างอาชีพการเลี้ยงไก่พื้นเมืองให้แก่เกษตรกรรายย่อยได้อย่างยั่งยืน

3) เกิดกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การเรียนรู้ร่วมกัน และเกื้อกูลกัน ระหว่างเกษตรกร ชุมชน และนักวิจัย ท้ายที่สุดจะทำให้องค์ความรู้จากการวิจัยฝังตัวอยู่ในชุมชน และเกิดการกระจายของความรู้ผ่านการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันของเกษตรกร ซึ่งจะทำให้เกษตรกรรายอื่นๆ ได้รับประโยชน์จากแนวทางของโครงการอีกเป็นจำนวนมาก

4) การส่งเสริมการวิจัยในลักษณะการจัดการองค์ความรู้ เพื่อให้เกิดการต่อยอดองค์ความรู้จากการวิจัย จากข้อค้นพบ เทคโนโลยีนวัตกรรมใหม่ๆ ซึ่งที่มีอยู่เป็นจำนวนมากให้สามารถเป็นความรู้เชิงปฏิบัติที่นำไปสู่การลงทุนเชิงพาณิชย์ของกลุ่มเป้าหมาย จะสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การวิจัยของประเทศที่ต้องการพัฒนาองค์ความรู้ และต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์เชิงพาณิชย์และสาธารณะ เพื่อเป็นฐานในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืน

5.2 การวิเคราะห์ เส้นทางผลลัพธ์ (Outcome Mapping) จากการวิจัยการบริหารจัดการห่วงโซ่

สำหรับกระบวนการในการถอดบทเรียน ไปจนถึงการประเมินผลกระทบ มีการออกแบบและขั้นตอนในการดำเนินการ (Process) ที่ก่อให้เกิดผลผลิต (Outputs) ผลลัพธ์ (Outcome) เริ่มจากกระบวนการสร้างความเข้าใจ ให้ความรู้แก่ชุมชน รับฟังความเห็นในความต้องการจากชุมชน เพื่อกำหนดเป้าหมายของโครงการร่วมกัน การสำรวจพร้อมในการลงทุน ความพร้อมของทรัพยากรในพื้นที่ หลังจากนั้นในการออกแบบรูปแบบธุรกิจและทำแผนการดำเนินงาน เพื่อพัฒนาเป็นระบบ กลไก สำคัญที่จะทำให้ธุรกิจชุมชนสามารถแข่งขันได้ในตลาด ซึ่งการบริหารจัดการจะเป็นการดำเนินการโดยคนในชุมชนตั้งแต่การผลิต การแปรรูป ไปจนถึงการตลาด หรือการบริหารจัดการธุรกิจด้วยโซ่อุปทาน (Supply chain) ซึ่งเป็นหลักการของการบริหารเชิงระบบ (ระบบเงิน ระบบงานและระบบบุคลากร/คน) ที่เน้นการสร้างการมีส่วนร่วมจากผู้นำที่เป็นที่ยอมรับของชุมชน รวมถึงการร่วมกันกำหนดกติกา ระเบียบที่ทุกคนต้องปฏิบัติตามเพื่อให้การดำเนินงานบรรลุเป้าหมาย ซึ่งความสำเร็จของการดำเนินงานสะท้อนให้เห็นเป็นผลงานเชิงประจักษ์ของโครงการฯ (ทั้งเชิงระบบ และเชิงเศรษฐกิจ)

5.2.1 การกำหนดเป้าหมาย ผลผลิต และผลลัพธ์ของธุรกิจชุมชน

5.2.1.1 การกำหนดเป้าหมาย

เกษตรกรรายย่อยในพื้นที่ต่างๆ มีศักยภาพและเงื่อนไขที่แตกต่างกัน การกำหนดเป้าหมายนอกจากจะขึ้นอยู่กับความต้องการแล้ว เงื่อนไขทางเศรษฐกิจ สังคม และทรัพยากรในพื้นที่ที่แตกต่างกัน ยังมีบทบาทสำคัญในการออกแบบรูปแบบธุรกิจของแต่ละพื้นที่ ให้มีความเป็นไปได้ในการดำเนินการให้ประสบผลสำเร็จ ทั้งนี้ เป้าหมายที่กำหนดร่วมกัน ประกอบด้วย เป้าหมายเศรษฐกิจ (รายได้ที่เกษตรกรต้องการ) เป้าหมายทางสังคม (ความเข้มแข็งของธุรกิจ การพึ่งพาตนเอง การอยู่ร่วมกันเพื่อการเรียนรู้พัฒนาความรู้ใหม่ๆ) โดยเงื่อนไข 3 ประการ (เศรษฐกิจ สังคม และทรัพยากรในพื้นที่) สรุปได้ดังนี้

1) เงื่อนไขด้านเศรษฐกิจ ได้แก่

- 1.1) ความพร้อมของเกษตรกรในด้านเงินลงทุนเพื่อการลงทุนในปัจจัยการผลิตต่างๆ
- 1.2) ความพร้อมในพื้นที่เพื่อการผลิตเป็นเครือข่ายการผลิต / โรงเรือนอุปกรณ์การเลี้ยง เป็น

ต้น

- 1.3) มีตลาดในพื้นที่รองรับผลผลิต

2) เงื่อนไขทางสังคม ได้แก่

2.1) การสร้างความสัมพันธ์ในชุมชน จากการคัดเลือกผู้นำที่มีความรู้ในการผลิต ยอมรับเทคโนโลยีใหม่ๆ เป็นที่ยอมรับของเกษตรกรในชุมชน เป้าหมายเพื่อการวางแผนการผลิตของชุมชนร่วมกันอย่างเป็นระบบ ได้มาตรฐานการจัดการฟาร์มเพื่อป้องกันโรค ซึ่งการรวมกลุ่มและแบ่งหน้าที่กันทำกิจกรรมเกษตรกรจึงควรมีความพร้อมในการเรียนรู้ แลกเปลี่ยนประสบการณ์ เพื่อสร้างกลุ่มที่เข้มแข็ง

2.2) พัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยการแปรรูปด้วยวัฒนธรรมการบริโภคในพื้นที่เมืองสร้างเป็นจุดขายที่นำไปสู่การขายโอกาสการตลาด จากอดีตที่จำกัดอยู่ในตลาดชุมชนไปยังตลาดในระดับประเทศ จึงควรมุ่งเน้นการพัฒนาคนในชุมชนซึ่งจะมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดชุมชน สร้างความเชื่อ เกื้อกูลกันได้ง่ายกว่าเครือข่ายภายนอกเพื่อให้เป็นเครือข่ายผู้ประกอบการทำหน้าที่การตลาด สร้างการรับรู้แก่ผู้บริโภคในชุมชนที่เป็นตลาดที่แน่นอนรองรับผลผลิต ความสำเร็จส่วนหนึ่งของการลงทุนเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ซึ่งต้องมีการลงทุนเพิ่มในขนาดการผลิตที่คุ้มค่า อาจต้องดำเนินการผ่านหน่วยงานรัฐหรือหน่วยงานปกครองท้องถิ่น ซึ่งต้องดำเนินการภายใต้กฎ ระเบียบและกฎหมาย

3) เงื่อนไขด้านทรัพยากร คือ การให้ความสำคัญในการใช้ทรัพยากรในพื้นที่เพื่อลดต้นทุนการผลิต และอัตลักษณ์ผลผลิต ซึ่งผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของธุรกิจต้องคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่ชุมชนต้องมีส่วนร่วมในการรับผิดชอบ

5.2.1.2 ผลผลิตของธุรกิจชุมชน ประกอบด้วย

1) รูปแบบการเลี้ยงไก่พื้นเมืองที่หลากหลาย (มากกว่า 4 รูปแบบ/ทางเลือกในการผลิต) ที่สอดคล้องกับเงื่อนไขทางเศรษฐกิจ สังคม และศักยภาพทรัพยากรของชุมชน

- 2) การดำรงของฝูงพ่อแม่พันธุ์ (ฝูงพ่อแม่พันธุ์ที่ได้รับการอนุรักษ์ให้เกิดการใช้ประโยชน์ในชุมชน ชุมชนเป็นเจ้าของเพื่อการผลิตลูกไก่และพ่อแม่พันธุ์ที่มีคุณภาพเกษตรกรเข้าถึงได้ง่าย) ในชุมชน 8 จังหวัด
- 3) การเติบโตของอุตสาหกรรมไก่พื้นเมืองของประเทศ ปีละกว่า 0.8 ล้านตัว อัตราการขยายตัวของการผลิต ร้อยละ 15 (มูลค่ากว่า 93 ล้านบาทต่อปี)
- 4) การสร้างเครือข่ายห่วงโซ่อุปทานสีเขียว ด้วยเครือข่ายการผลิตไก่พื้นเมืองใน 8 จังหวัดจำนวนกว่า 25 เครือข่าย และเกษตรกรเครือข่าย จำนวนกว่า 1,200 ราย ที่เห็นผลสำเร็จจากเกษตรกรในโครงการในการเลี้ยงที่สร้างรายได้จนเป็นอาชีพหลัก (หลัก/รอง) ได้จริงได้
- 5) การพัฒนาสูตรอาหารไก่พื้นเมืองด้วยพืชอาหารสัตว์ในพื้นที่ ตามศักยภาพการผลิตวัตถุดิบพืชอาหารสัตว์ของแต่ละท้องถิ่น เพื่อสนับสนุนการเลี้ยงไก่พ่อแม่พันธุ์ ไก่เล็ก และไก่ขุนด้วยสูตรอาหารที่เหมาะสมซึ่งมีความสมบูรณ์ที่แตกต่างกัน เกษตรกรลดการนำเข้าอาหารสำเร็จรูปจากภายนอก
- 6) การลงทุนเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ และสร้างมูลค่าเพิ่มจากไก่ประดู่หางดำ ของกลุ่มเกษตรกร 8 จังหวัด เช่นการลงทุนก่อสร้างโรงฆ่าสัตว์ปีกชุมชน จากมีชัดเจนของแผนการผลิต และความต้องการของตลาดรองรับผลผลิต
- 7) ต้นแบบ และเครือข่ายการตลาดสีเขียว/ ตลาดชุมชน ซึ่งเกษตรกรร่วมกันเป็นเจ้าของ มีศักยภาพรองรับผลผลิตที่มีแนวโน้มขยายตัวของเกษตรกร ตอบสนองความต้องการผู้บริโภคเป้าหมาย
- 8) องค์ความรู้ใหม่ๆ จากการเรียนรู้ร่วมกันจากการถอดบทเรียน ของเกษตรกร และชุมชน ต้นแบบ เพื่อการถ่ายทอดสู่เกษตรกรและชุมชนที่สนใจจัดทำเป็นคู่มือการเลี้ยง สร้างความเข้มแข็งฐานความรู้ชุมชนต้นแบบต่างๆ

5.2.1.3 ผลลัพธ์ของธุรกิจชุมชน ประกอบด้วย

- 1) การอนุรักษ์/ รักษา สายพันธุ์ไก่พื้นเมืองด้วยชุมชน ให้เป็นมรดกชาติแก่อนุชนรุ่นหลัง และประหยังบประมาณภาครัฐ ทั้งนี้ในอดีตที่ผ่านมาการอนุรักษ์พันธุ์กรรมไก่พื้นเมือง มักได้รับการสนับสนุนในสถานที่ทดลองของรัฐ ซึ่งต้องใช้งบประมาณจำนวนมาก การที่ธุรกิจชุมชนจากไก่พื้นเมืองมีตลาดเป็นตัวนำ เกษตรกรและชุมชนจะมีส่วนภาครัฐในการรักษาสายพันธุ์ ให้ยังดำรงอยู่(Ex-istiu conservation)
- 2) ความเข้มแข็ง พึ่งพาตนเองในปัจจุบันการผลิตสำคัญ ได้แก่ ศูนย์คัดเลือกพันธุ์ไก่พื้นเมืองเพื่อการใช้ประโยชน์ มากกว่า 16 ศูนย์ และ ศูนย์อาหารสัตว์ชุมชน (Community Feed Center) จำนวน 6 ศูนย์
- 3) เกิดการขยายตัวของธุรกิจชุมชนด้วยห่วงโซ่คุณค่า (Value chain) กว่า 25 กลุ่ม ด้วยธุรกิจชุมชนมีความมั่นคง สามารถบริหารจัดการครบวงจรใน 8 จังหวัดภาคเหนือ
- 4) อื่นๆ เช่น ความสำเร็จของการรวมกลุ่มของชุมชนเป็นต้นแบบอาชีพที่เกิดจากความร่วมมือพัฒนาชุมชนร่วมกัน การสร้างความภาคภูมิใจในอาชีพ การเป็นแบบอย่างที่ได้รับการยอมรับ รับรู้ต่อสาธารณะในระดับประเทศ ด้วยรางวัลต้นแบบธุรกิจชุมชนกลุ่มเกษตรกรสร้างอาชีพด้านปศุสัตว์ในระดับชาติ ปี 2560 ของกลุ่มเกษตรกรอำเภอทุ่งช้าง จังหวัดน่าน รวมถึงรางวัลวิสาหกิจชุมชนของเกษตรกรอำเภอเวียงเชียงรุ้ง

จังหวัดเชียงราย รางวัล Start up เกษตรกรอัจฉริยะ (Smart farmers) ของผู้นำกลุ่มเกษตรกรอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นต้น

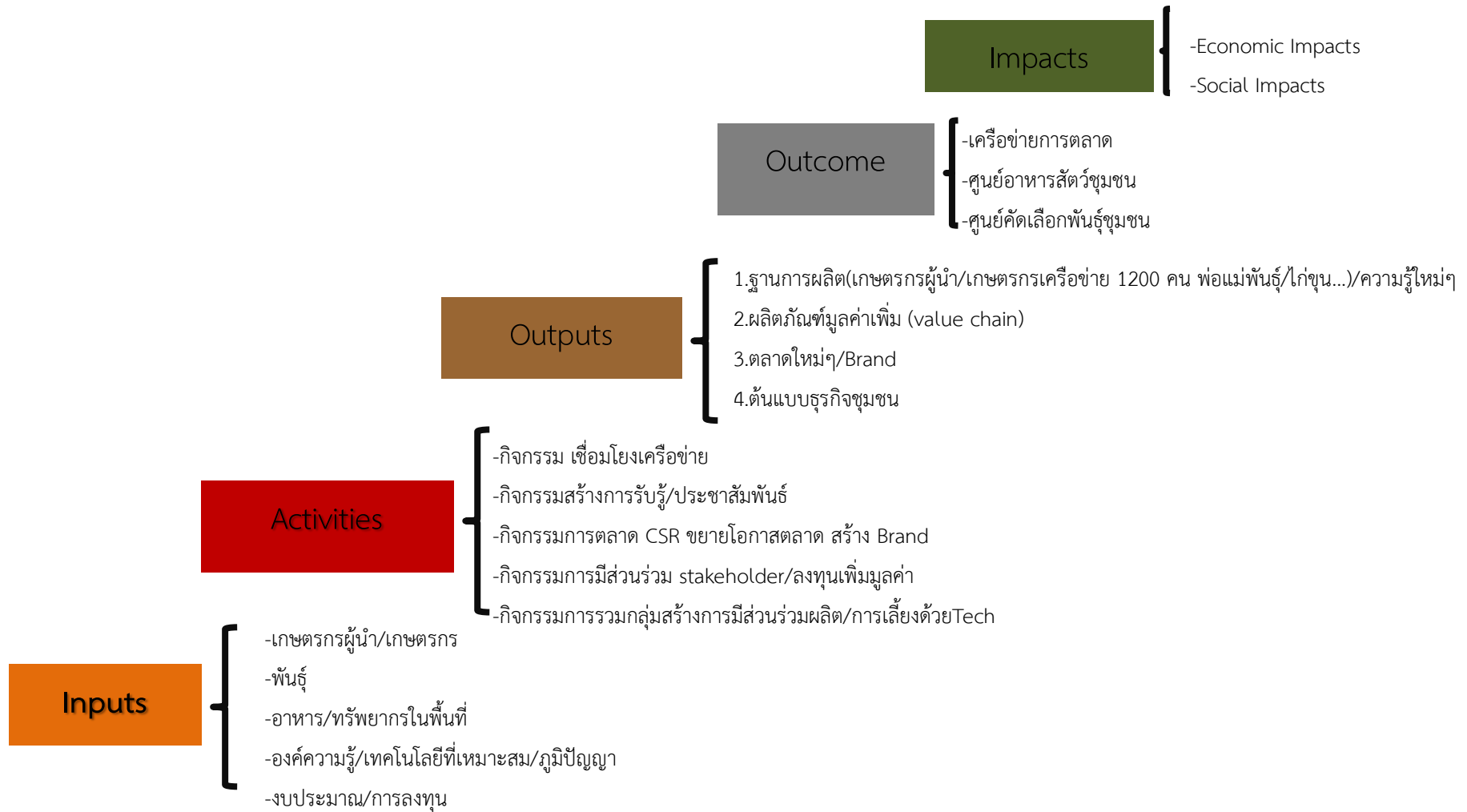
5.2.2 การออกแบบกระบวนการดำเนินงานของโครงการ

โครงการได้ดำเนินการออกแบบธุรกิจชุมชน (Community business model) ด้วยระบบและกลไกการสร้างอาชีพแก่เกษตรกรรายย่อย โดยการเน้นการจัดการองค์ความรู้ (Knowledge management) และนำองค์ความรู้เทคโนโลยีสมัยใหม่ที่สามารถบูรณาการกับภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อการลดต้นทุนการผลิต การพึ่งพาทรัพยากรในพื้นที่ ผ่านกระบวนการทำความเข้าใจ บนพื้นฐานความต้องการของเกษตรกร/ชุมชน และสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยอาศัยกระบวนการพัฒนาชนบท เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของชุมชนเชิงบวก (ใน 3 มิติ คือ มิติทางด้านเศรษฐกิจ มิติทางด้านสังคม และมิติทางด้านทรัพยากร และสิ่งแวดล้อม) ด้วย**การวิเคราะห์สภาพปัญหา อุปสรรค**ในการดำเนินการ (ในมิติด้านเศรษฐกิจ มิติทางด้านสังคม และสิ่งแวดล้อม) เพื่อหาแนวทางการแก้ไขปัญหาร่วมกันของชุมชน ที่จะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการทำงานร่วมกันในระยะยาว และนำไปสู่ความยั่งยืนของธุรกิจ แผนที่ผลลัพธ์ สรุปได้ดังตารางที่ 1 และภาพที่ 3 ต่อไปนี้

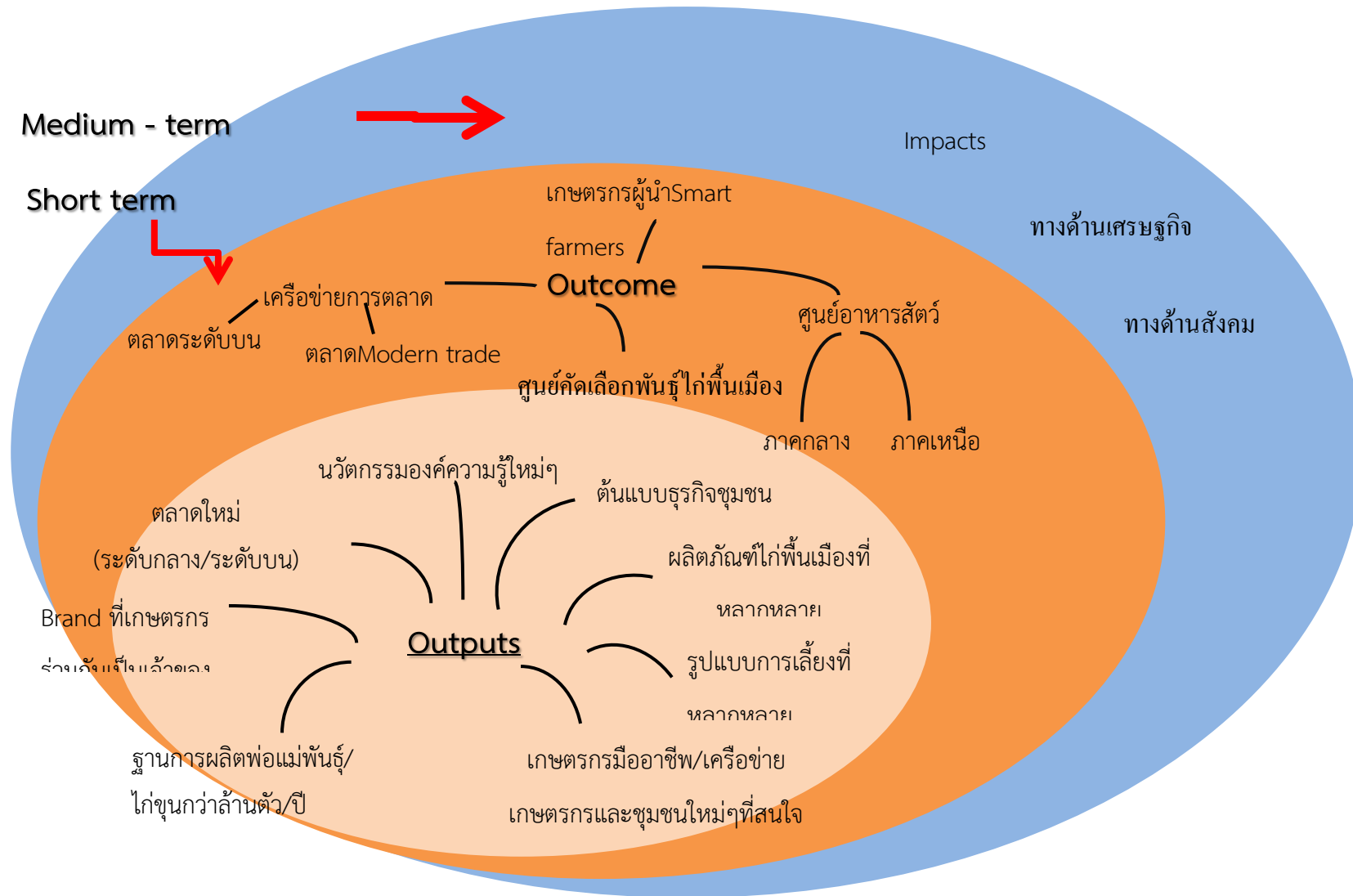
ตารางที่ 1 ผลผลิต ผลลัพธ์ และผลกระทบของโครงการ

ปัจจัย (Inputs)	กระบวนการ (Process)	ผลผลิต (outputs)	ผลลัพธ์ (Outcome)	ผลกระทบ (Impacts)
1.เกษตรกร 218 คน (8 จังหวัด) 2.นักวิจัย มากกว่า 30 คน 3.องค์ความรู้/เทคโนโลยีที่เหมาะสม (พันธุ์/พืชอาหารสัตว์) 4.งบประมาณวิจัย (สกว.) 5.การลงทุนของเกษตรกร	1.สร้างความเข้าใจ/การมีส่วนร่วม (ลงทุน) 2.วิเคราะห์สถานการณ์/ปัญหา และเป้าหมายร่วม 3.เกษตรกรแลกเปลี่ยนเรียนรู้ 4.การออกแบบแบบจำลองธุรกิจชุมชน ด้วยตลาดเป็นตัวนำ 5.การสร้างทางเลือก/มองหาโอกาสใหม่ๆ 6.การแทรกแซงขยายผล (intervention) ด้วย	1.รูปแบบการเลี้ยงไก่พื้นเมือง 2.ฐานการผลิตลูกไก่/ไก่ขุน กว่า 8 แสนตัว/ปี 3.ต้นแบบธุรกิจชุมชน 4.เกษตรกรผู้นำและเกษตรกรเครือข่ายกว่า 1200 คน 5.องค์ความรู้/ชุดความรู้ใหม่ เช่น คู่มือต่างๆ 6.ผลิตภัณฑ์ใหม่/ตลาดใหม่/Brand 7.การร่วมลงทุน/การลงทุนเพิ่มของ	ด้านการผลิต 1.ศูนย์คัดเลือกพันธุ์ชุมชน (16 แห่ง) 2.ศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ชุมชน (5 แห่ง) 3.เครือข่ายการผลิต (Network)เกษตรกร/ชุมชน (มากกว่า 8 จังหวัด) ด้านการตลาด 1.โรงฆ่าสัตว์ปีกชุมชน (5 แห่ง) 2.เครือข่ายตลาด Modern trade / ตลาด (ทั่วภาคเหนือระดับบน และ กทม.)	ด้านเศรษฐกิจ 1.เกษตรกรมีรายได้เพิ่ม/ปี มากกว่า 72000 บาท/ราย 2.การขยายตัวของตลาด/การเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ มากกว่า 93 ล้านบาท/ปี (ตลอด Supply chain) ด้านสังคม 1.ชุมชนมีความเข้มแข็งพึ่งพาตนเองและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน 2.ความมั่นคงทางด้านอาหาร 3.เกิดการอนุรักษ์พันธุกรรม และขยายพันธุ์โดยชุมชนด้วย

ปัจจัย (Inputs)	กระบวนการ (Process)	ผลผลิต (outputs)	ผลลัพธ์ (Outcome)	ผลกระทบ (Impacts)
(มากกว่า50 ล้านบาท)	ระบบกลไก Supply chain 7.การติดตามและ ประเมินผลต่อเนื่อง	เกษตรกร(มากกว่า 100 ล้านบาท)		ระบบตลาด (In-situ Conservation) 4.ผู้บริโภคมีทางเลือกจาก อาหารปลอดภัย มีคุณค่า



ภาพที่ 3 ขั้นตอนเส้นทางผลลัพธ์ ตลอด Supply chain



ภาพที่ 4 ความสัมพันธ์เส้นทางผลผลิต ผลลัพธ์ และผลกระทบ ของโครงการ

5.2.2.1 ระบบและกลไก กระบวนการเปลี่ยนแปลงของการพัฒนา

โครงการมีการออกแบบการพัฒนาตั้งแต่ปี 2553-2562 เป็นระยะๆ เพื่อให้เกิดกระบวนการการเปลี่ยนแปลงในโซ่อุปทานจากการผลิตในชุมชนต้นทาง ไปสู่การยอมรับของผู้บริโภคทั้งในชุมชน และภายนอก การพัฒนากระบวนการตลอดห่วงโซ่อุปทานที่คำนึงถึงห่วงโซ่คุณค่า และมูลค่าเพิ่มประสบผลสำเร็จได้มาจากผู้ที่เกี่ยวข้องในโซ่ต่างๆ มีดังนี้

โซ่ที่ 1 การเลี้ยงในอดีตเกษตรกรอาจมีทางเลือกมากมาย การยอมรับ และปรับตัวต่อเทคโนโลยี เป็นไปได้ช้า ขาดการวิเคราะห์ข้อมูลในการตัดสินใจในการลงทุน เพื่อให้เกิดมาตรการในการจูงใจ จึงกำหนดสถานการณ์หรือทางเลือกจูงใจให้เกษตรกรรวมกลุ่มกัน เรียนรู้และแบ่งหน้าที่ในการผลิตอย่างเป็นระบบเกิดปฏิทินการผลิตต่อเนื่อง โดยการกำหนดแรงจูงใจว่า หากกระบวนการผลิตประสบผลสำเร็จภายใต้กรอบเวลาเงินทุนหมุนเวียนที่เกษตรกรจ่ายคืน (Revolving fund) จะได้รับการสนับสนุนงบลงทุนเพื่อการพัฒนาต่อยอดในงบลงทุนอื่นๆ เช่น งบลงทุนร่วมกับชุมชนในการสร้างโรงฆ่าสัตว์ปีกชุมชน ชุมชนที่เข้มแข็งมีการรวมกลุ่มที่มีประสิทธิภาพการผลิตสามารถลดต้นทุนการผลิตเกษตรกรมีความมั่นใจในระบบการผลิตลงทุนเพิ่มในการพัฒนาศูนย์คัดเลือกพันธุ์ชุมชนจำนวน 25 ศูนย์ (ซึ่งในอดีตศูนย์คัดเลือกพันธุ์ไก่พื้นเมืองจะอยู่ในส่วนราชการ) เพื่อการผลิตลูกไก่และพ่อแม่พันธุ์ รวมถึงศูนย์อาหารสัตว์ชุมชน จำนวน 5 ศูนย์ที่กลุ่มเกษตรกรร่วมกันผสมอาหารสัตว์จากพืชอาหารในท้องถิ่น การลงทุนในระบบการผลิตปัจจัยการผลิตเหล่านี้ ส่งผลให้กลุ่มเกษตรกรสามารถลดต้นทุนการผลิต มีความเป็นเจ้าของและใช้ประโยชน์ร่วมกัน

โซ่ที่ 2/โซ่ที่ 3 การร่วมมือของกลุ่มเกษตรกรและชุมชนด้วยความสมัครใจจัดการความเสี่ยงร่วมกันกล้าตัดสินใจลงทุนร่วมกันก่อสร้างโรงฆ่าสัตว์ปีกชุมชนร่วมกันจำนวน 5 แห่ง เกิดความเข้มแข็งของกลุ่มในการรวมกันจัดการปัจจัยการผลิตก่อให้เกิดการประหยัดต่อขนาด (Economics of scale) สำหรับการรวมกลุ่มเพื่อทำการตลาด ไก่สด ไก่สดชำแหละ รวมไปถึงการแปรรูปผลิตภัณฑ์พร้อมปรุง พร้อมบริโภค เพื่อนำผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ สร้างแบรนด์ ของเกษตรกรภายใต้วิถีชีวิต วัฒนธรรมชุมชน เพิ่มมูลค่าและขยายโอกาสจากตลาดชุมชน เกิดการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการตลาด ชุมชนได้สร้างจุดขายที่ผู้บริโภคให้การยอมรับจากผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์ของชุมชนจะให้ข้อมูลคุณค่าผลิตภัณฑ์(โภชนาการ ความปลอดภัย รสชาติ สุขศาสตร์สัตว์ เป็นต้น) การสร้างค่านิยมใหม่ สำหรับกลุ่มผู้บริโภคที่รักสุขภาพ การสร้างการมีส่วนร่วมในสังคมที่สนับสนุนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

โซ่ที่ 4 ในอดีตผลผลิตไก่พื้นเมืองจำหน่ายในตลาดชุมชน โครงการสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้ประกอบการในตลาด Modern trade/ห้างสรรพสินค้า ให้เกิดการมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคม (CSR: Corporate Social Responsibility) โดยให้ออกาสผลิตภัณฑ์ชุมชนของเกษตรกรที่ได้รับการรับรองมาตรฐานความปลอดภัยให้มีช่องทางจำหน่าย เพื่อขยายฐานผู้บริโภค ผลลัพธ์ คือ ยอดขายเพิ่ม และสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน เกิดอำนาจต่อรองราคาจากกำหนดราคาผลผลิต (Price setting) ร่วมกัน อันเป็นผลจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

โซ่ที่ 5 โครงการออกแบบวิธีจูงใจหลายช่องทาง เพื่อสื่อสารข้อมูลสำคัญต่างๆ (เช่น โภชนาการที่เป็นจุดเด่นของไก่พื้นเมืองประจวบคีรีขันธ์ การกระบวนการผลิตที่ปราศจากการใช้ยาปฏิชีวนะ กระบวนการผลิตที่เป็นมิตรแก่สิ่งแวดล้อม การเลี้ยงปล่อยหากินตามธรรมชาติ เป็นต้น) เพื่อประกอบการตัดสินใจ เลือกซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพจากเกษตรกรโดยตรง ด้วยคุณค่าที่แตกต่างจากผลิตภัณฑ์คู่แข่ง เกษตรกรที่อ่อนโยน/เป็นเกษตรกรผู้ผลิตที่ดี (GAP) เชิญชวนให้ผู้บริโภคมั่นใจในผลิตภัณฑ์ ด้วยการติดรูปเกษตรกรผู้ผลิต/ QR Code ที่สามารถตรวจสอบย้อนกลับ (Tractability) มาตรการจูงใจเหล่านี้ช่วยสร้างค่านิยมใหม่ และถูกคาดหวังให้ซื้อผลิตภัณฑ์ของเกษตรกรเพิ่มขึ้น เกิดการเปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภคไก่พื้นเมือง ที่ตอบสนองผู้บริโภคได้ ทั้งรสชาติ โภชนาการ และคุณค่าที่ผู้บริโภคยินดีจ่ายเพิ่มอื่นๆ

ห่วงโซ่คุณค่า (Value chain) และโซ่อุปทาน(Supply chain) ที่ธุรกิจชุมชนแบ่งกิจกรรมการดำเนินการตั้งแต่การผลิตไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์เกิดโซ่กิจกรรม 5 ห่วงโซ่ และมูลค่าของผลผลิตที่เกิดขึ้นมีมูลค่าเพิ่ม ด้วยเทคโนโลยี หรือคุณค่าที่เกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่น วัฒนธรรมการบริโภค ที่ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ ที่สร้างความแตกต่าง /ความสะอาด มาตรฐานการผลิต ผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย กระบวนการเหล่านี้สร้างมูลค่าเพิ่ม ที่คุ้มค่าแก่การลงทุน และขยายโอกาสในการผลิตให้มากขึ้น กระจายผลผลิต/ผลิตภัณฑ์ จากตลาดชุมชนไปสู่ตลาดนอกชุมชน สร้างเศรษฐกิจหมุนเวียนให้เกิดแก่การชุมชน รวมไปถึงการสร้างงานและสร้างรายได้เพิ่ม (ภาพที่ 5) ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ไก่พื้นเมืองที่สอดคล้องตามสภาพเศรษฐกิจ และความพร้อมของทรัพยากรในพื้นที่ต่างๆ 8 จังหวัด เกิดจากการพัฒนารูปแบบการส่งเสริมการเลี้ยงไก่พื้นเมืองอย่างต่อเนื่อง ทำให้เห็นระบบและกลไกในการรวมกลุ่ม การบริหารจัดการคนและชุมชนให้เกิดการมีส่วนร่วม (ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมลงทุน) จนเกิดการขยายกลุ่มและพัฒนาเป็นวิสาหกิจชุมชน และกลุ่มจัดตั้งสหกรณ์ นับได้ว่าเป็นต้นแบบธุรกิจชุมชนหนึ่งที่ประสบผลสำเร็จ กรมปศุสัตว์ซึ่งเป็นหน่วยงานสนับสนุนส่งเสริมที่สำคัญในการเลี้ยงปศุสัตว์ นำรูปแบบไปขยายผลส่งเสริมการเลี้ยงปศุสัตว์อื่นๆ เช่น การเลี้ยงแพะ สุกร และโคพื้นเมืองแก่เกษตรกรในชุมชนต่างๆ ที่สนใจทั่วประเทศ



ภาพที่ 5 การสร้างมูลค่าเพิ่มของธุรกิจชุมชนเกษตรกรรายย่อยด้วยการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานและห่วงโซ่คุณค่าในพื้นที่เมือง

กระบวนการพัฒนาชนบท และเปลี่ยนแปลงของชุมชน ดังกล่าว เมื่อเปรียบเทียบกับก่อน และหลัง การดำเนินการ การร่วมมือของเกษตรกรรายย่อยและผู้ที่เกี่ยวข้องก่อให้เกิดกระบวนการพัฒนาชนบท และเปลี่ยนแปลงของชุมชน ใน 3 มิติ ดังต่อไปนี้

มิติทางด้านเศรษฐกิจ: เป้าหมายทางด้านเศรษฐกิจเป็นเป้าหมายหลักของโครงการที่นำไปสู่ กระบวนการการรวมกลุ่มเกษตรกรรายย่อย พัฒนาธุรกิจชุมชนที่เกษตรกรจะแบ่งหน้าที่เป็นกิจกรรมการผลิต ต่างๆ ตามความรู้ ความสามารถ ความพร้อมในการลงทุน เพื่อพัฒนาธุรกิจชุมชนครบวงจร เป็นโซ่อุปทานการผลิตไก่พื้นเมือง ตั้งแต่กระบวนการผลิต การแปรรูป การตลาด โดยการจัดการองค์ความรู้ให้เกิดประสิทธิภาพ การผลิต การลดต้นทุนการผลิต การบริหารจัดการความเสี่ยง สร้างผลตอบแทนที่คุ้มค่าต่อการลงทุน และ ความเป็นธรรมให้แก่ทุกๆ ฝ่ายที่เกี่ยวข้อง รายได้ที่เกิดขึ้นมีความสม่ำเสมอ และเพียงพอซึ่งเกิดจากขนาดการลงทุน รูปแบบการลงทุน การมีส่วนร่วมในกิจกรรมการผลิต แบ่งปันผลประโยชน์ตามหลักการสหกรณ์ จาก

การมีส่วนร่วม(ร่วมซื้อ ร่วมขาย) รวมถึงกิจกรรมในโซ่อุปทานอื่นๆ ทำให้การเลี้ยงไก่พื้นเมืองสามารถยึดเป็นอาชีพ การสร้างงานในชุมชน การสร้างมูลค่าเพิ่ม และพัฒนาต่อยอดเป็นหน่วยผลิตที่เข้มแข็งอื่นๆ เช่น วิสาหกิจชุมชน ศูนย์อาหารสัตว์ ศูนย์คัดเลือกพันธุ์ไก่พื้นเมืองชุมชน เกิดเป็นอุตสาหกรรมเกษตรขนาดย่อมต่อยอดได้เช่นเดียวกับการผลิตเกษตรอื่นๆ

ตารางที่ 2 การเปลี่ยนแปลงมิติด้านเศรษฐกิจ

กรณีไม่มีโครงการ	กรณีมีโครงการ	กระบวนการทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง
1. ไม่มีรูปแบบการเลี้ยงที่ได้มาตรฐาน การเลี้ยงแบบหลังบ้าน ด้วยสายพันธุ์ที่ไม่คุ้มค่าในการลงทุนเลี้ยงเป็นอาชีพ	1. รูปแบบการเลี้ยงไก่พื้นเมืองที่หลากหลาย ¹ ที่เกิดผลตอบแทนตามขนาดการผลิตและรูปแบบการเลี้ยง	1. กระบวนการกลุ่มเพื่อกำหนดเป้าหมายรายได้เฉลี่ย ด้วยข้อมูลการลงทุน/ขนาดการลงทุน ความพร้อมของแรงงาน ขนาดพื้นที่และศักยภาพชุมชนบนพื้นฐานความรู้ ความเชี่ยวชาญของเกษตรกรแต่ละคน เกิดรูปแบบการเลี้ยงที่เหมาะสมกับเงื่อนไขทางเศรษฐกิจและสังคมของเกษตรกร
2. เกษตรกร/ ชุมชน เป็นผู้ดำเนินกิจกรรมทุกขั้นตอน ขาดการรวมกลุ่มเพื่อการจัดการองค์ความรู้ ปัจจัยการผลิตและจัดการความเสี่ยง (ทั้งด้านการผลิตและการตลาด)	2. การบริหารจัดการธุรกิจแบบครบวงจร แบ่งกิจกรรมตั้งแต่การผลิต (พ่อแม่พันธุ์ ลูกไก่ ไก่ขุน การผลิตอาหารสัตว์ในท้องถิ่น) การแปรรูป (ในโรงฆ่าสัตว์ปีกชุมชน/ โรงชำแหละและแปรรูปผลิตภัณฑ์)และการตลาด	2. การระดมความเห็นสร้างความร่วมมือเพื่อวางแผนปฏิทินการผลิตอย่างเป็นระบบร่วมกัน โดยหน่วยงานภาครัฐ/หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสนับสนุนองค์ความรู้/แผนการขอสินเชื่อและการเข้าถึงสินเชื่อ/การทำความร่วมมือสัญญาซื้อขายกับผู้ประกอบการตลาดนอกชุมชน
3. ไม่ตลาดรองรับที่แน่นอน ตลาดจำกัดในท้องถิ่น ซื้อขายภายในชุมชน	3. มีตลาดรองรับผลผลิตที่ชัดเจน ขยายโอกาสทางการตลาดจากตลาดชุมชนไปสู่ ตลาด Modern trade/ ตลาดซูเปอร์มาร์เก็ต และภัตตาคาร)	3. การสร้างจูงใจในการลงทุนเพิ่มแก่ชุมชนในการก่อสร้างโรงฆ่าสัตว์ปีก โรงชำแหละและแปรรูปผลิตภัณฑ์ ขอคำแนะนำออกแบบโรงฆ่าสัตว์ปีก ที่ได้มาตรฐานจากหน่วยงานภาครัฐเพื่อขอรับใบอนุญาตก่อสร้าง/ การพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจที่จะทำหน้าที่การตลาดในท้องถิ่น กระจายสินค้าในชุมชน สถานที่ท่องเที่ยว การทำความร่วมมือกับผู้ประกอบการตลาดนอกพื้นที่

กรณีไม่มีโครงการ	กรณีมีโครงการ	กระบวนการทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง
4. ขาดองค์ความรู้ในการแปรรูปผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและขยายโอกาสทางการตลาด	4. มีผลิตภัณฑ์ไก่พื้นเมืองทั้งประเภทไก่สด ไก่พร้อมปรุง ไก่พร้อมบริโภค ออกสู่ตลาดต่างๆ ที่เป็นทางเลือกแก่ผู้บริโภคภายนอกชุมชน	4. กระบวนการฝึกอบรมการแปรรูปผลิตภัณฑ์ไก่พื้นเมืองด้วยวัฒนธรรมการบริโภคที่เหมาะสมสำหรับไก่พื้นเมือง

หมายเหตุ ¹ การเลี้ยงพ่อแม่พันธุ์ผลิตลูกไก่แบบแม่ฟักระธรรมชาติ/ การเลี้ยงพ่อแม่พันธุ์เก็บไข่เข้าตู้ฟักไข่อัตโนมัติ เพื่อผลิตลูกไก่จำหน่าย/ การซื้อลูกไก่มาผลิตไก่ขุนเชิงพาณิชย์/ การเลี้ยงไก่พื้นเมืองแบบอินทรีย์)

มิติทางด้านสังคม: เป้าหมายทางด้านสังคมคาดหวังให้ชุมชนเกิดการรวมกลุ่ม มีความสัมพันธ์ภายในกลุ่มสร้างเครือข่ายทั้งภายในชุมชนและภายนอก ช่วยเหลือเกื้อกูลกัน แลกเปลี่ยนเรียนรู้เทคนิคและเทคโนโลยีใหม่ๆ ในการเพิ่มประสิทธิภาพ ลดต้นทุนการผลิต สร้างองค์ความรู้ใหม่ๆ โดยยังให้คุณค่ากับภูมิปัญญาท้องถิ่น ลดการพึ่งพาการช่วยเหลือจากนโยบายภาครัฐ นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงในการทำธุรกิจของชุมชนให้สามารถพึ่งพาตนเองและแข่งขันได้ในระยะยาว

ตารางที่ 3 การเปลี่ยนแปลงมิติด้านสังคม

กรณีไม่มีโครงการ	กรณีมีโครงการ	กระบวนการทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง
1. เกษตรกร/ ชุมชน เลี้ยงแบบวิถีชีวิตพื้นบ้าน ขาดการรวมกลุ่มในการเลี้ยง/ ขาดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในการผลิตที่มีปฏิทินการผลิตอย่างเป็นระบบ/ ขาดความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นภายในชุมชน เพื่อใช้ทรัพยากร และภูมิปัญญาท้องถิ่นในการพัฒนาอาชีพ	1. เกษตรกรรวมกลุ่ม สร้างกลุ่มที่แบ่งหน้าที่ในการผลิต (กลุ่มที่ทำ การเลี้ยงพ่อแม่พันธุ์ ผลิตลูกไก่ด้วยตู้ฟักไข่อัตโนมัติ) สร้างเครือข่ายเกษตรกรรายย่อยนำลูกไก่ไปเลี้ยงขุน ผลิตไก่ขุน กำหนดแผนการผลิตและการตลาดร่วมกัน	1. ประชุม สร้างความรู้ความเข้าใจ รับฟังความเห็นของเกษตรกรและชุมชน เพื่อร่วมกันกำหนดเป้าหมาย ตามความพร้อมและความต้องการ พัฒนาระบบและกลไก การบริหารจัดการธุรกิจ ที่เกษตรกรร่วมกันทำกิจกรรมและเป็นเจ้าของธุรกิจร่วมกัน

กรณีไม่มีโครงการ	กรณีมีโครงการ	กระบวนการทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง
2. ทักษะคน และความคาดหวังของชุมชน ภายใต้การสนับสนุนส่งเสริมอาชีพผ่านนโยบายรัฐ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการให้เปล่า(เช่น การแจกพันธุ์ แจกอาหาร และให้อุปกรณ์ต่างๆ ฟรี)	2. เกษตรกรและชุมชนเป็นผู้ลงทุน ภาครัฐ และหน่วยงานสนับสนุนทำหน้าที่เป็นพี่เลี้ยงให้ความรู้ เทคโนโลยี และจัดการองค์ความรู้เสริมระบบและกลไก ที่ชุมชนร่วมกันพัฒนา	2. จัดระบบข้อมูลการลงทุน ผลตอบแทนที่เกษตรกรจะได้รับเพื่อการตัดสินใจ /จัดระบบการบริหารจัดการความเสี่ยงในธุรกิจ /การสร้างกฎ กติกาของการยืม และการคืนทุน (revolving fund) เพื่อสร้างความมั่นคงในการพัฒนาธุรกิจร่วมกัน
3. ขาดการรวมกลุ่มและสร้างความสัมพันธ์ของคนในชุมชน สร้างผู้นำชุมชนที่มีความรู้ความสามารถในการจัดการองค์ความรู้เพื่อพัฒนาธุรกิจชุมชนจากเลี้ยงไก่พื้นเมือง เป็นที่ยอมรับ/ ถ่ายทอดความรู้แก่คนในชุมชนให้เกิดการเปลี่ยนแปลง	3. เกิดต้นแบบกระบวนการส่งเสริมอาชีพปศุสัตว์ แนวทางใหม่ ด้วยความรู้ ความเข้าใจ ที่สนองตอบความต้องการที่แท้จริงของเกษตรกรรายย่อยและชุมชน	3. ทบทวนปัญหา/ ปังจัยความล้มเหลวการเลี้ยงไก่พื้นเมืองของเกษตรกร การเลี้ยงไก่เนื้อไก่ไข่ในระบบเกษตรพันธสัญญา และการส่งเสริมการเลี้ยงปศุสัตว์ของภาครัฐในรูปการให้เปล่า แล้วสร้างกระบวนการการมีส่วนร่วม การออกแบบกิจกรรมบนความสมัครใจ ความพร้อมของเกษตรกรและชุมชนร่วมกัน
4. ทักษะคนเชิงลบของลูกหลานต่ออาชีพการเลี้ยงไก่พื้นเมือง	4. คนรุ่นใหม่ ให้ความสนใจในการลงทุน และมีทัศนคติการเป็นเกษตรกรอัจฉริยะ(Smart Farmers) ที่นำเทคโนโลยีข้อมูลมาพัฒนาอาชีพจากไก่พื้นเมือง สร้างผู้นำเกษตรกรรุ่นใหม่ๆ	4. การสืบทอดระบบการบริหารจัดการอุตสาหกรรมไก่พื้นเมืองตลอดห่วงโซ่อุปทาน โดยมีเกษตรกรรุ่นใหม่เป็นMentors ของชุมชน

มิติทางด้านทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม: เป้าหมายทางด้านทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม คาดหวังให้ชุมชนตระหนักถึงคุณค่าและการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในพื้นที่ นำความรู้และเทคโนโลยีใหม่ๆ มาบูรณาการกับภูมิปัญญาท้องถิ่น ลดต้นทุนการผลิต ลดการนำเข้าปัจจัยจากภายนอก เพื่อการพึ่งพาตนเอง นำไปสู่การอนุรักษ์ทรัพยากร ธรรมชาติ เช่น พันธุ์กรรมไก่พื้นเมือง ภูมิปัญญาท้องถิ่น ปราชญ์ชาวบ้าน รวมไปถึงการรับผิดชอบต่อการดูแลสิ่งแวดล้อมร่วมกันของชุมชน เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนและแข่งขันได้ในระยะยาว

ตารางที่ 4 การเปลี่ยนแปลงมิติด้านทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม

กรณีไม่มีโครงการ	กรณีมีโครงการ	กระบวนการทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง
1. รูปแบบการเลี้ยงไก่แบบ หลังบ้าน ส่งผลกระทบต่อ สิ่งแวดล้อมในชุมชน ด้าน อากาศเสีย (กลิ่น) น้ำเสีย สุขภาวะที่ดีของชุมชน จาก ปัญหาหนอนและแมลง จากการขาดการจัดการ ฟาร์มที่ได้มาตรฐาน	1. การออกแบบ/การจัดการ รูปแบบการเลี้ยงที่หลากหลาย สอดคล้องกับภูมิประเทศและ ศักยภาพทรัพยากรธรรมชาติ (พืชอาหารสัตว์) ได้มาตรฐาน คำนึงถึงสวัสดิภาพสัตว์ การ จัดการซากสัตว์ตาย การ จัดการของเสียภายในฟาร์ม การป้องกันโรคระบาดสัตว์ปีก	1. การให้ความรู้แก่เกษตรกรที่ร่วม โครงการ พัฒนาด้านการจัดการ ฟาร์มด้วยผู้นำชุมชนในการจัดการฟาร์ม ภายใต้มาตรฐาน สำหรับการลงทุนผลิต เกษตรกรรายใหม่ หรือขยายการผลิต ได้รับการร่วมตัดสินใจจากกลุ่มด้วย กระบวนการทำประชาพิจารณ์
2. ทรัพยากรธรรมชาติ/พืช อาหารในท้องถิ่น จำนวน มากขาดการนำมาใช้ ประโยชน์ในการเลี้ยง ฟักอาหารสำเร็จรูป	2. พัฒนาให้เกิดศูนย์อาหารสัตว์ ชุมชน 4 แห่งใน 4 จังหวัด โดย ใช้พืชอาหารสัตว์ท้องถิ่นในการ ผลิตอาหารชั้น และอาหารหมัก ที่มีโภชนะเพียงพอต่อการเลี้ยง ไก่พื้นเมือง	2. สำรวจพืชอาหารสัตว์และปฏิทินการ ผลิตพืชอาหารสัตว์ในพื้นที่ อบรบ เกษตรกรผู้นำ สร้างเครือข่ายสมาชิกที่ ร่วมลงทุนและใช้อาหารสัตว์ร่วมกัน ผล กำไร จัดสรรเป็นกองทุนอาหารสัตว์ใน หมู่บ้าน ส่งเสริมให้ใช้ทรัพยากรในพื้นที่ ลดต้นทุน
3. การแปรรูปไก่สดชำแหละ ดำเนินการในครัวเรือน ไม่ได้มาตรฐานอาหาร ปลอดภัย	3. การลงทุนโรงฆ่าสัตว์ปีกชุมชน กำลังการผลิต 200 ตัวต่อวัน จำนวน 5 โรงงานใน 5 จังหวัด เพื่อรองรับผลผลิตไก่ชุมชน นำมาแปรรูปไก่สด/ไก่สด ชำแหละ และผลิตภัณฑ์ไก่ พื้นเมือง ด้วยมาตรฐานอาหาร ปลอดภัย สร้างความมั่นใจแก่ ผู้บริโภค และกระบวนการ จัดการโรงฆ่าไม่ส่งผลกระทบ ต่อสิ่งแวดล้อมในชุมชน	3. สร้างการมีส่วนร่วมและการลงทุนร่วม 3 ภาคส่วน Public Private Partnership ที่ชุมชนเห็นประโยชน์ส่วนรวมจากการ สร้างงาน ขยายโอกาสการสร้างรายได้ จากตลาดนอกพื้นที่ ด้วยการลงทุนเพิ่ม ในโรงฆ่าสัตว์ปีกชุมชน โดยไม่ส่งผล กระทบสิ่งแวดล้อมในพื้นที่

กรณีไม่มีโครงการ	กรณีมีโครงการ	กระบวนการทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง
4. การอนุรักษ์พันธุ์กรรมไก่พื้นเมือง เป็นหน้าที่ของภาครัฐ ใช้งบประมาณในการเก็บรักษาให้ดำรงอยู่	4. ศูนย์คัดเลือกพันธุ์ไก่พื้นเมืองของชุมชน ใน 5 จังหวัดมากกว่า 16 ศูนย์ ที่เกษตรกรและชุมชนเป็นเจ้าของสามารถกระจายพันธุ์และใช้ประโยชน์ร่วมกัน	4. กระบวนการสร้างความร่วมมือ ทางการตลาดกับผู้ประกอบทางที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) การเติบโตของตลาดสร้างความมั่นใจในการลงทุนแก่ผู้นำและเครือข่ายเกษตรกร ในการตัดสินใจลงทุนในศูนย์คัดเลือกพันธุ์

การพัฒนาระบบ กลไก ธุรกิจชุมชนจากการเลี้ยงไก่พื้นเมืองที่สร้างรายได้อย่างสม่ำเสมอ ยึดเป็นอาชีพให้แก่เกษตรกรรายย่อยและชุมชน บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ ต้นแบบธุรกิจชุมชนนี้ มีลักษณะการบริหารจัดการที่เกิดจากการร่วมมือ บางพื้นที่เกิดการร่วมลงทุนจากองค์กรท้องถิ่น การอยู่รอดของธุรกิจความยั่งยืน มีความจำเป็นต้องได้รับการเสริมสร้างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันเชิงธุรกิจ โดยแนวทางความร่วมมือในระดับชุมชน และภาครัฐดังนี้

ในระดับชุมชน เกษตรกร/ชุมชน และองค์กรท้องถิ่น หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ควรมีการพึ่งพาตนเอง พัฒนาต่อเนื่อง ดังนี้

1. การเสริมสร้างความเข้มแข็งเชิงพื้นที่ให้เกษตรกร/ชุมชนพึ่งพาตนเอง โดยเฉพาะปัจจัยแห่งความสำเร็จในปัจจัยสำเร็จ 3 ประการ ประกอบด้วย เกษตรกรผู้นำ เกษตรกรในพื้นที่ การรู้คุณค่า และการใช้ประโยชน์ทรัพยากรธรรมชาติ (พันธุ์พืชอาหารสัตว์) ในพื้นที่ และองค์ความรู้/เทคโนโลยี/ภูมิปัญญาท้องถิ่น ให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และสร้างองค์ความรู้ใหม่การลงมือปฏิบัติจริง

2. ผู้ที่ทำหน้าที่ในแต่ละโซ่อุปทานในธุรกิจชุมชน ควรได้รับการพัฒนาสมรรถนะ และทักษะ (Skill) การใช้ประโยชน์โรงเรือน เครื่องมือ/อุปกรณ์ และสิ่งก่อสร้างที่เกษตรกร ชุมชนลงทุน/ร่วมลงทุน (เช่น โรงฆ่าสัตว์ปีกชุมชน โรงชำแหละครุภัณฑ์อุปกรณ์การแปรรูปผลิตภัณฑ์ ร้านค้าชุมชน เป็นต้น) เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ พัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อเพิ่มผลผลิตการผลิต และเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและการตลาด

3. พัฒนาแนวทางการขยายเครือข่ายธุรกิจ ทั้งด้านการผลิต ให้มีความสำคัญกับเครือข่ายชุมชน การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต (ปริมาณ และคุณภาพผลผลิต) และสร้างความร่วมมือด้านการตลาดกับผู้ประกอบการที่ปัจจุบันพัฒนาต่อยอดเป็นวิสาหกิจชุมชนที่เกิดการสร้างงานสร้างรายได้ในชุมชนต่างๆ

ในระดับรัฐผ่านนโยบายและความร่วมมือที่เหมาะสม

1. สร้างความร่วมมือจากหน่วยระดับปฏิบัติการในพื้นที่ ให้ความรู้อย่างต่อเนื่อง ติดตามประเมินผล แก้ไขปัญหาร่วมกับชุมชน โดยมีหน่วยงานมอบหมายในด้านการส่งเสริมหรือโปรแกรมทำหน้าที่ที่ปรึกษา/พี่เลี้ยง ทำงานร่วมกับหน่วยธุรกิจชุมชนให้เกิดการพัฒนาต่อเนื่อง

2. เกิดทำงาน และแบ่งปันผลประโยชน์ที่เป็นธรรมในลักษณะ PPP (Public Private Partnership) ภายใต้การค้าที่เป็นธรรม (Fair trade) โดยการสร้างความเป็นเจ้าของ พึ่งพาตนเองให้แก่

เกษตรกรและชุมชน ควบคู่กับการสร้างเวทีการสื่อสารสาธารณะเพื่อสร้างการรับรู้การกำกับดูแลความปลอดภัยของอาหารและความเป็นธรรมด้านราคาแก่ผู้บริโภค

3. การพัฒนาความร่วมมือธุรกิจชุมชนกับหน่วยงาน ภาครัฐและเอกชน คัดเลือกและขยายผล ธุรกิจชุมชนที่มีศักยภาพ ส่งการขยายผลเชื่อมโยงนโยบายภาครัฐ (เช่น โครงการประชารัฐ โครงการเกษตรแปลงใหญ่) ทั้งนี้ธุรกิจชุมชนไก่พื้นเมือง อาจนับว่าเป็นต้นแบบธุรกิจหนึ่งที่น่าไปสู่กลไก การพัฒนาชุมชน โดยเฉพาะภาคชนบทเพื่อลดความเหลื่อมล้ำด้านรายได้ของเกษตรกรรายย่อย แก้ไขความยากจน ในพื้นที่ชนบท และลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม ที่สนองตอบต่อยุทธศาสตร์ประเทศ (ประเทศไทย 4.0)

5.2.2.2 ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาธุรกิจชุมชนจากกรณีไก่พื้นเมือง

มิติทางด้านเศรษฐกิจ:

- ในระดับชุมชนธุรกิจชุมชนยังต้องเร่งพัฒนาฐานวัตถุดิบ ระบบการขนส่ง การส่งเสริมนวัตกรรมสมัยใหม่เพื่อการบริหารจัดการระบบการผลิตต้นน้ำที่มีประสิทธิภาพ การบันทึกบัญชีที่เป็นระบบ พร้อมๆกับการจัดการด้านเงินทุนในการขยายกิจการและขยายกำลังการผลิต การเติบโตของธุรกิจชุมชน

- ในระดับอุตสาหกรรม โดยเฉพาะอย่างการขยายฐานการผลิตไปสู่ชุมชนในระดับภาคและประเทศมีความจำเป็นในการพัฒนาระบบข้อมูล เพื่อส่งสัญญาณความต้องการด้านผู้บริโภค/ตลาด ตลอดจนคู่แข่งในอุตสาหกรรม การปรับลด กฎ ข้อบังคับ ความยุ่งยากในการเข้าถึงแหล่งสินเชื่อเพื่อการลงทุน เพื่อเสริมสร้างโอกาสและความสามารถในการแข่งขันเชิงธุรกิจ

มิติทางด้านสังคม และสิ่งแวดล้อม: รายได้เพิ่มจากการรวมกลุ่มเกษตรกรรายย่อยเพื่อสร้างรายได้ครัวเรือนจากไก่พื้นเมือง เปรียบเทียบกับปัญหาค่าครองชีพที่มีอัตราเพิ่มสูงกว่า ชุมชนและสังคมต้องสร้างคุณค่า และตีมูลค่าผลิตภัณฑ์ด้วย CSV (Creating Shared Value) หรือการแบ่งปันและเอื้อต่อกัน เพื่อให้ทุกภาคส่วนของสังคมแบ่งปันผลประโยชน์เอื้อเพื่อสนับสนุนและให้โอกาสธุรกิจชุมชน ในขณะที่ CSR เน้นกระบวนการผลิตหรือบริหารจัดการโดยคำนึงถึงการรักษาสีสิ่งแวดล้อมเป็น ในขณะที่ CSV เน้นลงลึกถึงการเสริมสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจและชุมชนไปพร้อมๆ กัน เกิดพลังของการขับเคลื่อนไปข้างหน้าพร้อมกัน ระหว่างชุมชนและผู้สนับสนุน เกิดยกระดับเศรษฐกิจชุมชน สร้างความเข้มแข็งของชุมชนในการอยู่รอดและแข่งขันได้ในอุตสาหกรรม

5.2.3 ผลงานเชิงประจักษ์ของโครงการฯ จากแนวคิดการพัฒนาชุมชน

เชิงระบบ: จากการดำเนินการพัฒนาระบบ และกลไกการสร้างอาชีพการเลี้ยงไก่พื้นเมืองของโครงการ ด้วยรูปแบบธุรกิจชุมชน ซึ่งประยุกต์ใช้องค์ความรู้เศรษฐศาสตร์ชุมชน ในการพัฒนาชนบทพื้นที่ 8 จังหวัดของภาคเหนือ โครงการนำองค์ความรู้การบริหารจัดการธุรกิจเชิงระบบให้กลุ่มเกษตรกรดำเนินการตลอดโซ่อุปทานการผลิต (Supply chain) วิเคราะห์แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพ ใช้ทรัพยากรในพื้นที่ในการลดต้นทุนการผลิตเกษตรกร สร้างคุณค่า และมูลค่าเพิ่ม ในการแปรรูปผลิตภัณฑ์ไก่พื้นเมืองจากวัฒนธรรม ภูมิ

ปัญหาท้องถิ่น /วิถีชีวิตชุมชน เมื่อกลุ่มเกษตรกรมีความเข้มแข็ง มีประสิทธิภาพ/มาตรฐานการผลิต ผลผลิตไก่ขุนในปริมาณการผลิตมากกว่าการบริโภคในพื้นที่ โครงการและชุมชนสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้ประกอบการหน่วยงานภายนอกให้เกิดการรับรู้ ยอมรับในคุณค่าไก่พื้นเมือง สามารถขยายโอกาสจากตลาดชุมชนไปสู่ตลาดในระดับภาคและระดับประเทศ ชุมชนพึ่งพาตนเองได้ในการจัดการปัจจัยการผลิตธุรกิจชุมชน

เชิงเศรษฐกิจ: จากการพัฒนาเชิงระบบ สามารถประมาณการมูลค่าเศรษฐกิจหมุนเวียนอันเกิดจากกิจกรรมการผลิตของเกษตรกร/เครือข่ายเกษตรกร ตลอดจนกิจกรรมที่เกี่ยวข้องของเครือข่ายเกษตรกรตลอดห่วงโซ่อุปทาน ในทุกโครงการ

การดำเนินโครงการภายใต้ความร่วมมือของเกษตรกรในโครงการ เครือข่าย และผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเลี้ยงไก่พื้นเมืองประดู่หางดำ ประมาณการการสร้างเศรษฐกิจหมุนเวียนเบื้องต้นในชุมชนรวมทั้งสิ้น 96.909 ล้านบาท โดยมูลค่าเศรษฐกิจหมุนเวียนแต่ละห่วงโซ่อุปทานมีดังนี้

1. ห่วงโซ่อุปทานต้นน้ำ: เกษตรกรในโครงการ และเครือข่ายสามารถสร้างเศรษฐกิจหมุนเวียนในชุมชนของอุตสาหกรรมเลี้ยงไก่ประดู่หางดำ คิดเป็นมูลค่า 87.221 ล้านบาท/ปี (ตารางที่ 5)

2. ห่วงโซ่อุปทานกลางน้ำ: ขยายตลาด และส่งมอบอาหารปลอดภัยให้แก่ผู้บริโภค จากการเชือดในโรงฆ่าสัตว์ปีกมาตรฐาน 5 แห่ง ใน 4 จังหวัด และเครือข่ายโรงฆ่าสัตว์ปีกอีก 2 แห่ง ประมาณการมูลค่าเศรษฐกิจหมุนเวียนเบื้องต้นจากการจัดการโรงฆ่า 0.510 ล้านบาท/ปี (ตารางที่ 6) โดย

โรงฆ่าสัตว์ปีกชุมชน ทั้ง 5 แห่ง มีกำลังผลิตสูงสุดรวม 1,000 ตัว/วัน แต่เกษตรกรสามารถผลิตได้ 49,115 ตัว/ปี (ค่าบริหารจัดการ (ค่าบริการในโรงฆ่าสัตว์ปีกชุมชน) เฉลี่ย 10 บาท/ตัว) คิดเป็นมูลค่าเศรษฐกิจหมุนเวียนเบื้องต้น 0.492 ล้านบาท/ปี

สำหรับโครงการ อ.จอมทอง ใช้โรงฆ่าสัตว์ปีกวิสาหกิจ มีปริมาณการเชือดเฉลี่ย 18,925 ตัว/ปี (ค่าบริการ 10 บาท/ตัว) ประมาณการมูลค่าเศรษฐกิจ 0.189 ล้านบาท/ปี

โครงการ อ.สันทราย ใช้โรงฆ่าสัตว์ปีกเอกชน (เบทาโกร) มีปริมาณการเชือดเฉลี่ย 1,888 ตัว/ปี (ค่าบริการ 10 บาท/ตัว) ประมาณการมูลค่าเศรษฐกิจ 0.019 ล้านบาท/ปี

3. ห่วงโซ่อุปทานปลายน้ำ: การแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ มีปริมาณการแปรรูปจากไก่จำนวน 51,003 ตัว/ปี ประมาณการมูลค่าเศรษฐกิจรวม 9.178 ล้านบาท/ปี (ตารางที่ 7)

ตารางที่ 5 ประมาณการมูลค่าเศรษฐกิจหมุนเวียนเบื้องต้นใช้อุปทานต้นน้ำ

(หน่วย: ล้านบาท/ปี)

โครงการ	มูลค่าไข่ (ไข่ดี)		มูลค่าลูกไก่ (ฟักออก)		มูลค่าแม่พันธุ์ (ทดแทน)	มูลค่าไก่ขุน		มูลค่าเศรษฐกิจ หมุนเวียนเพิ่มขึ้น จากเครือข่าย	รวมประมาณการ มูลค่าเศรษฐกิจ หมุนเวียนต้นน้ำ
	พันธุ์แท้	ลูกผสม	พันธุ์แท้	ลูกผสม		พันธุ์แท้	ลูกผสม		
1. กลุ่มเกษตรกรในโครงการ อ.เวียงเชียงรุ้ง จ.เชียงราย	0.255	0.152	0.574	0.823	0.160	3.347	4.666	1.897	11.875
2. กลุ่มเกษตรกรในโครงการ อ.พาน จ.เชียงราย	1.020	-	2.295	-	0.240	13.626	-	1.992	19.173
3. กลุ่มเกษตรกรในโครงการ จ.น่าน	0.295	-	0.614	-	0.100	3.623	-	3.120	7.751
4. กลุ่มเกษตรกรในโครงการ จ.แม่ฮ่องสอน	0.170	0.152	0.383	0.823	0.120	2.223	4.392	0.586	8.849
5. กลุ่มเกษตรกรในโครงการ อ.จอมทอง จ.เชียงใหม่	1.700	-	3.825	-	0.400	18.168	-	0.384	24.477
6. กลุ่มเกษตรกรในโครงการชุมชนแพะป่าห้า อ.สันทราย จ.เชียงใหม่	0.170	-	0.383	-	0.050	2.039	-	0.389	3.030
7. กลุ่มเกษตรกรในโครงการ จ.เพชรบุรี	0.255	0.147	0.574	0.792	0.200	3.323	4.223	2.554	12.066
รวม	3.865	0.452	8.646	2.439	1.270	46.347	13.281	10.921	87.221

ตารางที่ 6 ประมาณการมูลค่าเศรษฐกิจหมุนเวียนเบื้องต้นโซ่อุปทานกลางน้ำ (โรงฆ่าสัตว์ปีก)

โครงการ	จำนวน (ตัว/ปี)	มูลค่า (ล้านบาท/ปี)
1. กลุ่มเกษตรกรในโครงการ อ.เวียงเชียงรุ้ง จ.เชียงราย	7,364	0.074
2. กลุ่มเกษตรกรในโครงการ อ.พาน จ.เชียงราย	11,355	0.114
3. กลุ่มเกษตรกรในโครงการ จ.น่าน	4,419	0.044
4. กลุ่มเกษตรกรในโครงการ จ.แม่ฮ่องสอน	2,653	0.027
5. กลุ่มเกษตรกรในโครงการ อ.จอมทอง จ.เชียงใหม่ (โรงฆ่าสัตว์)	18,925	0.189
6. กลุ่มเกษตรกรในโครงการชุมชนแพะป่าห้า อ.สันทราย จ.เชียงใหม่ (โรงฆ่าแพะ)	1,888	0.019
7. กลุ่มเกษตรกรในโครงการ จ.เพชรบุรี	4,399	0.044
รวม	51,003	0.510

หมายเหตุ ตัวเลขคำนวณจากปริมาณการแปรรูป และค่าเชื้อดักแด้เฉลี่ยตัวละ 10 บาท

ตารางที่ 7 ประมาณการมูลค่าเศรษฐกิจหมุนเวียนเบื้องต้นโซ่อุปทานปลายน้ำ

(หน่วย: ล้านบาท/ปี)

โครงการ	ผลิตภัณฑ์ไก่สด (แช่แข็ง)				ผลิตภัณฑ์พร้อมปรุง				ผลิตภัณฑ์พร้อมบริโภค				รวม			
	ชุมชน	Modern	Hi-end	รวม	ชุมชน	Modern	Hi-end	รวม	ชุมชน	Modern	Hi-end	รวม	ชุมชน	Modern	Hi-end	รวม
กลุ่มเกษตรกรในโครงการ อ.เวียงเชียงรุ้ง จ.เชียงราย	0.000	0.398	0.105	0.503	0.369	0.000	0.000	0.369	0.453	0.000	0.000	0.453	0.822	0.398	0.105	1.326
กลุ่มเกษตรกรในโครงการ อ.พาน จ.เชียงราย	1.769	0.000	0.000	1.769	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.096	0.096	1.769	0.000	0.096	1.865
กลุ่มเกษตรกรในโครงการ จ.น่าน	0.543	0.000	0.000	0.543	0.090	0.000	0.000	0.090	0.000	0.000	0.023	0.023	0.633	0.000	0.023	0.656
กลุ่มเกษตรกรในโครงการ จ.แม่ฮ่องสอน	0.000	0.219	0.000	0.219	0.000	0.054	0.000	0.054	0.054	0.000	0.000	0.054	0.054	0.273	0.000	0.327
กลุ่มเกษตรกรในโครงการ อ.จอมทอง จ.เชียงใหม่	3.615	0.000	0.000	3.615	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	3.615	0.000	0.000	3.615
กลุ่มเกษตรกรในโครงการ ชุมชนแพะป่าห้า อ.สันทราย จ.เชียงใหม่	0.361	0.000	0.000	0.361	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.361	0.000	0.000	0.361
กลุ่มเกษตรกรในโครงการ จ.เพชรบุรี	1.029	0.000	0.000	1.029	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	1.029	0.000	0.000	1.029
รวม	7.317	0.617	0.105	8.039	0.459	0.054	0.000	0.513	0.507	0.000	0.119	0.626	8.283	0.671	0.224	9.178

5.3 การประเมินมูลค่าเชิงเศรษฐกิจ

มูลนิธิสถาบันศึกษานโยบายสาธารณะ(2560) ซึ่งได้ประเมินโครงการฯ ได้ใช้วิธีการวิเคราะห์ต้นทุนและผลประโยชน์(Costs Benefits Analysis: CBA) โดยกำหนดให้ผลประโยชน์รวมระยะเวลา 15 ปีอัตราคิดลดร้อยละ 7 ผลประเมินความคุ้มค่า พบว่า ผลประโยชน์รวมจากรูปแบบการเลี้ยง 3 รูปแบบในปีแรกมูลค่า 1,899,646.53 บาท มูลค่าผลประโยชน์ในปีที่ 3 ปีที่ 3 และปีที่ 4 มูลค่า 26,795,305.50 บาท 68,473,328 บาท และ 93,262,632 บาท ตามลำดับ (ตารางที่ 8)

ตารางที่ 8 ผลประโยชน์รวมของเกษตรกรในโครงการย่อยและเกษตรกรกลุ่มขยายผลแต่ละระยะ

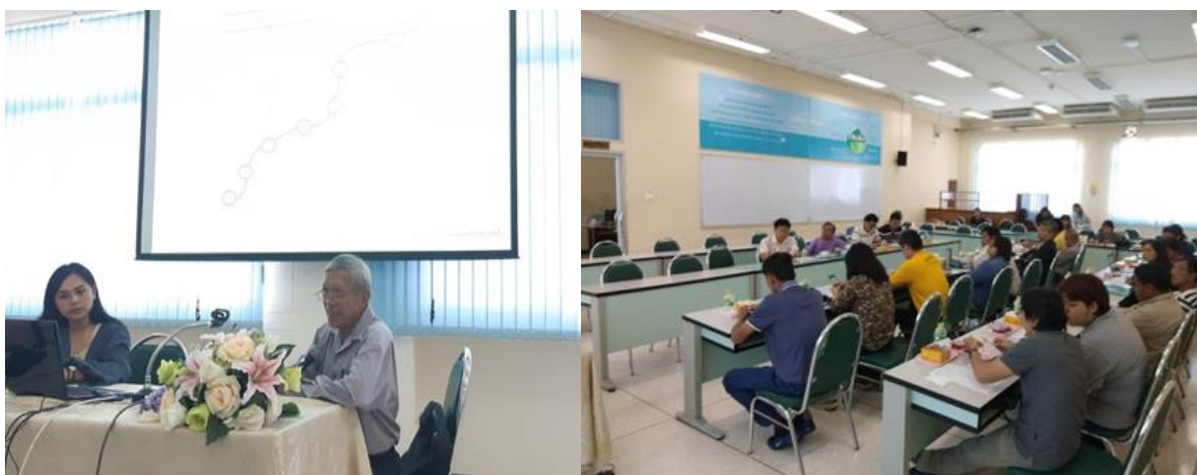
ผลประโยชน์รวม		Free range	All-in all-out	เทคโนโลยีผู้ฝึก	รวม
การดำเนินโครงการฯ ระยะที่ 1					
1.เกษตรกรในโครงการฯ ที่เข้าร่วมเฉพาะระยะที่1	จำนวน (ราย)	4	22	0	26
	ผลประโยชน์รวม (บาท/ปี)	139,942.68	219,199.20	-	359,141.88
2.เกษตรกรในโครงการฯ ที่เข้าร่วมต่อเนื่องทั้ง2ระยะ	จำนวน (ราย)	69	140	4	177
	ผลประโยชน์รวม (บาท/ปี)	2,414,011.23	1,036,214.40	174,215.96	3,624,441.59
3.กลุ่มขยายผลระยะที่ 1	จำนวน (ราย)	80	15	5	100
	ผลประโยชน์รวม (บาท/ปี)	1,679,312.16	89,672.40	130,661.97	1,899,646.53
การดำเนินโครงการฯ ระยะที่ 2					
1.เกษตรกรในโครงการฯ ที่เข้าร่วมเฉพาะระยะที่2	จำนวน (ราย)	60	0	2	62
	ผลประโยชน์รวม (บาท/ปี)	2,567,808.00	-	165,915.40	2,733,723.40
2.เกษตรกรในโครงการฯ ที่เข้าร่วมต่อเนื่องทั้ง2ระยะ	จำนวน (ราย)	69	104	4	177
	ผลประโยชน์รวม (บาท/ปี)	2,952,979.20	4,349,638.80	331,830.80	7,634,448.80
3.กลุ่มขยายผลระยะที่ 2	จำนวน (ราย)	800	150	50	1000
	ผลประโยชน์รวม (บาท/ปี)	20,542,464.00	3,764,110.50	2,488,731.00	26,795,305.50
การดำเนินโครงการฯ ระยะที่ 3					
1.เกษตรกรในโครงการฯ ที่เข้าร่วมเฉพาะระยะที่3	จำนวน (ราย)	0	0	22	22
	ผลประโยชน์รวม (บาท/ปี)	-	-	1,825,069	1,825,069
2.เกษตรกรในโครงการฯ ที่เข้าร่วมต่อเนื่องทั้ง2ระยะ	จำนวน (ราย)	69	140	6	215
	ผลประโยชน์รวม (บาท/ปี)	2,567,808	5,855,281	497,745	8,920,834
3.กลุ่มขยายผลระยะที่ 3	จำนวน (ราย)	852	243	10	1,105
	ผลประโยชน์รวม (บาท/ปี)	41,877,724	16,097,858	1,497,746	68,473,328
การดำเนินโครงการฯ ระยะที่ 4					
1.เกษตรกรในโครงการฯ ที่เข้าร่วมเฉพาะระยะที่4	จำนวน (ราย)	0	0	22	22
	ผลประโยชน์รวม (บาท/ปี)	-	-	-	-
2.เกษตรกรในโครงการฯ ที่เข้าร่วมต่อเนื่องทั้ง2ระยะ	จำนวน (ราย)	69	140	6	215
	ผลประโยชน์รวม (บาท/ปี)	2,567,808	5,858,281	4,97,745	8,920,834

ผลประโยชน์รวม		Free range	All-in all-out	เทคโนโลยีตู้ฟัก	รวม
3.กลุ่มขยายผลระยะที่ 4	จำนวน (ราย)	903	298	612	1213
	ผลประโยชน์รวม (บาท/ปี)	13,187,306	27,478,031	2,597,293	93,262,632

ที่มา มูลนิธิสถาบันศึกษานโยบายสาธารณะ (2560)

กิจกรรมที่ 6 การสังเคราะห์ ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย การคืนข้อมูลการสังเคราะห์แก่ภาคีเครือข่ายวิจัย

สำนักประสานงานได้จัดการประชุมผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholders) ภาคีเครือข่าย (เช่น นักวิจัย นักวิชาการจากสถาบันอุดมศึกษา หน่วยงานภาครัฐ ผู้ทรงคุณวุฒิ ตัวแทนหน่วยงานผู้ให้ทุนวิจัย เป็นต้น) เพื่อนำเสนอระบบ กลไกการพัฒนาธุรกิจชุมชนจากไก่พื้นเมือง ของโครงการย่อย รวมทั้งผลได้จากผลผลิตของโครงการ เพื่อรับฟังความเห็น ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อการพัฒนาต่อยอด และเพื่อขับเคลื่อนการใช้ประโยชน์ไปสู่ผู้ที่เกี่ยวข้องและประยุกต์ใช้ให้สนองตอบต่อยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศ



ภาพที่ 6 การประชุมและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างนักวิชาการแต่ละหน่วยงาน



ภาพที่ 7 การประชุมผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholders) ภาคีเครือข่าย (เช่น นักวิจัย นักวิชาการจากสถาบันอุดมศึกษา หน่วยงานภาครัฐ ผู้ทรงคุณวุฒิ)

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.แนวทางการพัฒนาระบบและกลไก เพื่อการสร้างอาชีพแก่เกษตรกรรายย่อยที่จะสร้างรายได้เชิงเศรษฐกิจที่ยั่งยืน การสนับสนุนเชิงนโยบาย

1.1ควรสร้างแรงจูงใจในการรวมกลุ่มเกษตรกร และลงทุนด้วยตนเอง ด้วยทางเลือกแบบจำลองทางธุรกิจที่เหมาะสมตามทรัพยากรของเกษตรกรรายย่อยและบริบทของชุมชนท้องถิ่น

1.2 ยังมีความจำเป็นในการสนับสนุน ด้านองค์ความรู้ เทคโนโลยีที่ทันสมัยที่สามารถบูรณาการกับภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต (ลดต้นทุน เพิ่มมูลค่า) เพื่อให้ธุรกิจชุมชนแข่งขันได้

1.3การขยายโอกาสทางการตลาด ภาครัฐและภาคอื่น(เช่นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น) ควรมีส่วนร่วมในการลงทุนเพิ่มและหามาตรการในการสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้ที่เกี่ยวข้องในโซ่อุปทาน กลางน้ำ และปลายน้ำ เช่นการลงทุนในโรงฆ่า ชำแหละแปรรูปผลิตภัณฑ์ เพื่อลดข้อจำกัดด้าน Logistic และความสามารถในการเข้าถึงตลาด เป็นปัจจัยที่สำคัญ

1.4 เกษตรกรส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรรายย่อย ควรมีการอบรม/การสนับสนุนการรวมกลุ่มเกษตรกร/วิสาหกิจชุมชน เพื่อให้สามารถจัดการการผลิตและการตลาดด้วยตนเอง มีการให้คำแนะนำจากหน่วยงานพี่เลี้ยง เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของเกษตรกรและชุมชน

1.5 การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในอุตสาหกรรม ควรสนับสนุนผลักดันการมีส่วนร่วมในการลงทุนเพิ่ม การขยายโอกาสด้านสินเชื่อ การเข้าถึงสินเชื่อของกลุ่มเกษตรกร/วิสาหกิจชุมชน

1.6 ควรส่งเสริมมาตรการในการสร้างการมีส่วนร่วมระหว่างวิสาหกิจชุมชนที่มีความพร้อมในการลงทุน กับผู้ที่เกี่ยวข้องในโซ่อุปทาน ในโซ่กลางน้ำ และปลายน้ำในลักษณะ PPP (Public Private Partnership) เช่นการลงทุนในโรงฆ่า ชำแหละแปรรูปผลิตภัณฑ์ เพื่อการพัฒนาธุรกิจชุมชน เกิด Start up / ผู้ประกอบการใหม่

2.แนวทางการขยายผล เพื่อการยกระดับ อาชีพปศุสัตว์ แก่เกษตรกรรายย่อย

2.1 เกษตรกรรุ่นใหม่(Young Smart Farmers) มีขีดความสามารถ และสมรรถนะในการเข้าถึงและปรับตัวได้ไม่มีการเรียนรู้ ยอมรับเทคโนโลยีการผลิตได้เร็ว มีทักษะและประสบการณ์ด้านการตลาดใหม่ๆ เป็นสิ่งที่ต้องเร่งสร้างในการพัฒนาธุรกิจให้สามารถแข่งขันได้

2.2 การเข้าถึง ข้อมูลขนาดใหญ่ การขยายโอกาสการลงทุน เกษตรกรที่สนใจ ยังมีข้อจำกัดด้านสินเชื่อ แม้จะมีโอกาสทางการตลาดรองรับ ควรมีนโยบายสนับสนุนกลุ่มเกษตรกร/วิสาหกิจชุมชนที่มีความพร้อม มีแผนธุรกิจที่แข่งขันได้ ให้สามารถเข้าถึงสินเชื่อที่มีระยะเวลาการคืนทุน มากกว่า 3 ปี

2.3การขยายกลุ่ม อาจนำไปสู่การขยายผลแก่เกษตรกรที่สนใจในระบบการผลิตปศุสัตว์อื่น ภายได้เงื่อนไข การรวมกลุ่มเกษตรกร ที่สามารถบริหารจัดการโซ่อุปทานร่วมกัน พัฒนาแผนธุรกิจที่มีตลาดชัดเจน

2.4 การพัฒนาธุรกิจชุมชน ยังต้องการความร่วมมือกับผู้ประกอบการตลาดที่มีความเป็นมืออาชีพที่ภาครัฐ อาจทำหน้าที่เพียงพี่เลี้ยง/สร้างแรงจูงใจ ในการให้โอกาสแก่ธุรกิจชุมชน

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2: เพื่อติดตาม และรวบรวมข้อมูลโครงการย่อย เพื่อการวิเคราะห์ผลลัพธ์ (Outcome) และผลกระทบ (Impacts) ทางเศรษฐกิจ จากระบบการสร้างอาชีพการเลี้ยงไก่พื้นเมือง (ประตูทางดำ) ของเกษตรกรรายย่อย

กิจกรรมที่จะนำไปสู่วัตถุประสงค์มี 2 กิจกรรม คือ 1) การรวบรวมข้อมูลการผลิต และการตลาด ของระบบ กลไก และ 2) เป้าหมายของระบบ และกลไกการสร้างอาชีพการเลี้ยงไก่ประตูทางดำ ซึ่งการรวบรวมข้อมูลของทุกโครงการจะทำให้เข้าใจศักยภาพการผลิต ความพร้อม และบริบทของชุมชน รวมถึงความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งจะเป็ข้อมูลเพื่อสร้างแนวทาง/ระบบที่เหมาะสมสอดคล้องระหว่างการผลิต และการตลาดตลอดห่วงโซ่อุปทาน

กิจกรรมที่ 1 การรวบรวมข้อมูลการผลิต และการตลาดของโครงการย่อย

การรวบรวมข้อมูลการผลิต และการตลาด ของโครงการวิจัยย่อยแต่ละโครงการ เปรียบเสมือนการสร้างหมวดหมู่ Data Tank ของชุดโครงการ แต่ละห่วงโซ่อุปทาน เป็นการสร้างความเข้าใจรอบด้านในฉาทัศนพื้นฐานเบื้องต้น ของระบบ และกลไก การสร้างอาชีพการเลี้ยงไก่ประตูทางดำ และเป้าหมายของการออกแบบระบบ และกลไก แม้จะมีความแตกต่างด้านศักยภาพ ความพร้อม ทรัพยากร หรือแม้แต่บริบทของชุมชน ที่ส่งผลต่อ output outcome และ effect แต่การออกแบบแนวทางการบริหารจัดการในทิศทางเดียวกัน ทำให้การขับเคลื่อนอุตสาหกรรมการเลี้ยงไก่พื้นเมืองประตูทางดำมีความชัดเจน และสอดคล้องกัน ซึ่งก่อให้เกิดเครือข่ายที่เข้มแข็ง มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และการพัฒนาที่จะนำไปสู่การพึ่งพาตนเองได้

1.1 ระบบ และกลไก การสร้างอาชีพการเลี้ยงไก่ประตูทางดำ

จากการวิเคราะห์ภาพรวมข้อมูลทุติยภูมิ และการติดตามงานในปี 2561/62 ซึ่งเป็นระยะที่ 4 ของการดำเนินงานในชุดโครงการ(ที่เริ่มดำเนินการระยะแรก ในปี 2555 ด้วยโครงการย่อย 13 โครงการ แต่ในระยะ 2-3 มีการควบรวมโครงการย่อยในพื้นที่จังหวัดเดียวกันเข้าด้วยกัน) จำนวน 7 โครงการย่อย มีเกษตรกรในโครงการรวม 216 ราย เกษตรกรเครือข่าย 1,015 ราย พื้นที่ดำเนินการผลิตของเกษตรกรใน 5 จังหวัดได้แก่ เชียงใหม่ เชียงราย แม่ฮ่องสอน น่าน และเพชรบุรี เกษตรกรรวมกลุ่มทำการผลิตไก่ประตูทางดำขุนด้วยรูปแบบที่สำคัญ 3 รูปแบบ ด้วยขนาดการลงทุนที่แตกต่างกันตามความพร้อมทางเศรษฐกิจของครัวเรือน และการมีตลาดรองรับในพื้นที่ (ตารางที่ 9)

ตารางที่ 9 จำนวนเกษตรกร เกษตรกรเครือข่าย และจำนวนฟาร์มตามรูปแบบการเลี้ยง และขนาดฟาร์มในพื้นที่ของโครงการย่อย 7 โครงการ

โครงการ	เกษตรกร			จำนวนฟาร์มจำแนกตามรูปแบบการเลี้ยง (ฟาร์ม)											
	เครือข่าย	ในโครงการ	รวม	เลี้ยงพ่อแม่พันธุ์ลูกแม่ฟักรธรรมชาติ				ซื้อลูกผลิตไก่ขุนเชิงพาณิชย์				เลี้ยงพ่อแม่พันธุ์ลูกไก่โดยใช้ตู้ฟักไข่ (เลี้ยงไก่ขุนเชิงพาณิชย์ร่วมด้วย)			
				>30 แม่	31-50 แม่	>50 แม่	รวม	<300	301-500	>501	รวม	<100 แม่	100-400แม่	>401แม่	รวม
กลุ่มเกษตรกร อ.เวียง เชียงรุ้ง จ.เชียงราย	186	41	227	26	-	1	27	10	2	-	12	1	1		2
กลุ่มเกษตรกร อ.พาน จ. เชียงราย	166	26	192	-	-	-				25	25	-	-	1	1
กลุ่มเกษตรกร จ.น่าน	260	46	306	25	5	2	32	9	2	-	11	1	2	-	3
กลุ่มเกษตรกร จ. แม่ฮ่องสอน	61	10	71	4	-	-	4	-	2	1	3	2	1	-	3
กลุ่มเกษตรกร อ.จอมทอง จ.เชียงใหม่	40	35	75	-	-	-	-	-	-	26	26	8	-	1	9
กลุ่มเกษตรกรแพะป่าห้าว อ.สันทราย จ.เชียงใหม่	36	10	46	8	-	-	8	-	-	-	-	-	2	-	2
กลุ่มเกษตรกร จ.เพชรบุรี	266	48	314	21	-	-	21	-	23	-	23	3	1	-	4
รวม	1,015	216	1,231	84	5	3	92	19	29	52	100	15	7		24

กลุ่มเกษตรกรมีเป้าหมาย และวางระบบ กลไกการผลิตที่แตกต่างกัน ซึ่งมีการออกแบบแนวทางการบริหารจัดการ ดังนี้

1.การบริหารจัดการในรูปธุรกิจชุมชน โดยกลุ่มเกษตรกรมีระบบการบริหารจัดการ ด้วยหลักการโซ่อุปทาน ตั้งแต่การผลิตต้นน้ำไปสู่ปลายน้ำที่ใช้การตลาดเป็นตัวนำ(Demand driven) กล่าวคือ กลุ่มเกษตรกร จะทำการวิเคราะห์ความต้องการผู้บริโภค(ไก่อพื้นเมืองแท้ ไก่ลูกผสม ไก่ไข่เทศผู้ และไก่เนื้อในระบบการผลิตเชิงพาณิชย์ที่เลี้ยงด้วยอาหารสำเร็จรูป ตำแหน่งการตลาดของไก่อพื้นเมือง(Positioning) เมื่อเทียบกับคู่แข่งในตลาดท้องถิ่น และความต้องการ(Demand) หรือปริมาณความต้องการบริโภค การวิเคราะห์ตลาด จะนำไปสู่การวางแผนการผลิต(ขนาดการผลิต ปริมาณการเลี้ยงพ่อแม่พันธุ์ ปริมาณการเลี้ยงไก่ขุน เป็นต้น) นำมาสู่การแบ่งหน้าที่ในการผลิต(พ่อแม่พันธุ์ ลูกไก่ ไก่ขุน การตลาด เป็นต้น) รูปแบบการจัดการธุรกิจชุมชนที่มีการจัดการตลอดโซ่อุปทานดังกล่าว ก่อให้เกิดความเข้มแข็งของเศรษฐกิจฐานราก(Bio economies)ใช้หลักการ BCG model สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน(Sustainable Development Goals; SDG)

2.การบริหารจัดการต้นน้ำ(การผลิต)ที่นอกจากจะคำนึงถึงการหมุนเวียนและการใช้ทรัพยากรในพื้นที่ลดต้นทุนการผลิต(ต้นทุนอาหารและต้นทุนการผลิตลูกไก่) สร้างความเข้มแข็ง พึ่งพาตนเอง แล้ว ยังคำนึงถึงการจัดการฟาร์มที่ได้มาตรฐาน เพื่อการจัดการความเสี่ยงด้านการผลิต โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การป้องกันโรค และยังสร้างความมั่นใจแก่ผู้บริโภคในด้านอาหารปลอดภัย

3.การบริหารจัดการกลางน้ำ เพื่อการเพิ่มมูลค่า จากคุณค่าจากไก่อพื้นเมือง ทั้งนี้ระบบการผลิตต้นน้ำที่มีขนาด(Scale)ที่คุ้มค่าต่อการลงทุนเพิ่มเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ จะสามารถขยายฐานการผลิต จากโอกาสการตลาดที่มีลูกค้านอกพื้นที่ เช่น ตลาดในห้างสรรพสินค้า /ซูเปอร์มาร์เก็ต ภัตตาคาร โรงแรม เป็นต้น กลุ่มสร้างความร่วมมือกับผู้ประกอบการในตลาดที่กว้างกว่าตลาดชุมชน เช่น ตลาดระดับภาค /ระดับประเทศ และตลาดประชารัฐ (Public Private Partnership; PPP) กลุ่มสามารถส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐาน คำนึงถึงความปลอดภัยของผู้บริโภค สามารถตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability)

4.การบริหารจัดการปลายน้ำ ด้วยการขยายโอกาสการตลาด สู่ผู้บริโภคเป้าหมาย โดยเฉพาะกลุ่มรักสุขภาพ ซึ่งนำจุดขายของคุณภาพไก่อพื้นเมือง(ไขมัน คลอเรสเตอรอล ไตรกรีเซอไรด์ ต่ำ มาทำการประชาสัมพันธ์ สร้างการรับรู้ด้วยวัฒนธรรมการบริโภคที่หลากหลายตอบสนองความต้องการผู้บริโภคในตลาดทุกระดับ รวมทั้งสร้างผู้ประกอบการตลาด ผู้นำชุมชน (วิสาหกิจ/Start up)เกิดธุรกิจชุมชน (Community Business) ที่เกษตรกรเป็นเจ้าของร่วมกัน

5. ธุรกิจชุมชนสะท้อนให้เห็นการเพิ่มเศรษฐกิจหมุนเวียนในชุมชนจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อมในห่วงโซ่อุปทาน เกิดเครือข่ายเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ ทั้งที่เคยเลี้ยงไก่เป็นอาชีพ และไม่เคยเลี้ยงไก่เป็นอาชีพ (สร้างอาชีพใหม่) เครือข่ายแหล่งวัตถุดิบพืชอาหารสัตว์ เครือข่ายผู้ทำหน้าที่การตลาด และเครือข่ายผู้ทำหน้าที่กระจายผลผลิตทั้งในรูปแบบไก่สด ไก่สดชำแหละ และแปรรูป

โดยระบบ และกลไกของโครงการ**เมืองคัมภีร์ประกอบที่สำคัญ** 4 ส่วน คล้ายคลึงกัน โดยเกษตรกรและเกษตรกรผู้นำ มีการสร้างระบบร่วมกัน ด้วยการรวมกลุ่มทำหน้าที่ต่างๆ ซึ่งองค์ประกอบสำคัญ ได้แก่

1. การสร้างคน (เครือข่าย เกษตรกร) ตลอดห่วงโซ่อุปทานทั้งใน และนอกพื้นที่
2. การสร้างองค์ความรู้และเทคโนโลยีที่เหมาะสม (เกษตรกรให้การยอมรับ) บูรณาการกับภูมิปัญญาท้องถิ่นได้ เพื่อการใช้ประโยชน์ทรัพยากรในพื้นที่ (เพื่อลดต้นทุนการผลิต) และมาตรฐานการผลิต เกิดระบบการผลิตที่มีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล ที่สามารถแข่งขันได้
3. การสร้างตลาดรองรับผลผลิต (มีกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย) ใน 3 ระดับ(ตลาดชุมชน ตลาดModern trade /ซูเปอร์มาร์เก็ต ภัตตาคาร โรงแรม)
4. การบันทึกข้อมูล (Data)/การใช้ข้อมูลเพื่อการพัฒนา(Data analysis) เพื่อการพัฒนาห่วงโซ่อุปทาน และเกิดห่วงโซ่คุณค่า ที่เกษตรกรจะสามารถพึ่งพาตนเอง และแข่งขันได้ในระยะยาว

1.2 เป้าหมายของการออกแบบระบบ กลไก

ทั้งนี้ทุกโครงการได้นำแผนกิจกรรมของโครงการ ประชุมทำความเข้าใจ รับฟังความเห็น จากเกษตรกรในโครงการ เพื่อสร้างการมีส่วนร่วม และร่วมกันกำหนดเป้าหมายหลักของโครงการทั้ง 4 เป้าหมาย

1. การสร้างความเข้มแข็งและพึ่งพาตนเองด้านพันธุ์ ทุกโครงการ มีการพัฒนาศูนย์คัดเลือกพันธุ์ชุมชน (Community Breed Center) เพื่อการผลิตลูกไก่และสร้างฟาร์มแม่พันธุ์ทดแทน
2. การพึ่งพาตนเองและการลดต้นทุนการนำเข้าอาหารสำเร็จรูป โครงการที่อยู่ในพื้นที่ที่เป็นแหล่งผลิตพืชอาหารสัตว์/พื้นที่ที่อยู่ห่างไกล เกษตรกรสร้างความร่วมมือในการพัฒนาศูนย์อาหารสัตว์ชุมชน (Community Feed Center)
3. การจัดทำแผนการผลิตลูกไก่และไก่ขุน เพื่อสร้างรายได้ของเกษตรกร และกลุ่มร่วมกัน จากการจำหน่ายลูกไก่ พ่อแม่พันธุ์ และไก่ขุน
4. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และแผนการตลาด ทุกโครงการมีการจัดทำแผนการตลาดรองรับผลผลิตไก่ขุนของเกษตรกร/เกษตรกรเครือข่าย และพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพตอบสนองความต้องการของตลาด เพื่อเพิ่มมูลค่าผลผลิตไก่ขุน และเกิดความร่วมมือในการใช้ประโยชน์/ความคุ้มค่าการลงทุน ในโรงฆ่าสัตว์ปีกชุมชน
5. การสร้างเครือข่ายทั้งใน และนอกพื้นที่ เกิดเศรษฐกิจหมุนเวียนระดับชุมชน ทุกโครงการมีการเชื่อมโยงเครือข่ายผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อให้ห่วงโซ่อุปทานมีประสิทธิภาพในการส่งมอบผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทให้ผู้บริโภคแต่ละกลุ่มตลาด

กิจกรรมที่ 2 การติดตามผลการดำเนินการโครงการ การวิเคราะห์กระบวนการบริหาร/ระบบและกลไกจัดการการสร้างอาชีพตลอดห่วงโซ่อุปทาน

โครงการย่อย 7 โครงการเริ่มสัญญา ในระยะที่ 4 ตั้งแต่ 15 มกราคม 2561 ได้ดำเนินการวิจัยตามกิจกรรม และแผนงานมาเป็นระยะเวลา 12 เดือนสิ้นสุดสัญญา 14 เมษายน 2562 และจัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์เสร็จสิ้น เมื่อมิถุนายน 2562 สำนักประสานงานได้รวบรวมและสรุปผลการดำเนินงานของ 7 โครงการ

ได้ผลการดำเนินงานซึ่งเป็นผลสำเร็จของระบบ และกลไกการบริหารจัดการตามตัวชี้วัดที่ตอบโจทย์การขับเคลื่อนของโครงการการสร้างอาชีพการเลี้ยงไก่ประดู่หางดำแก่เกษตรกรรายย่อย ในภาคเหนือ จากเกษตรกร 216 ราย และเกษตรกรที่สนใจ 1,015 ราย ให้เกิดความเข้มแข็ง ด้วยต้นแบบธุรกิจชุมชน ซึ่งนักวิจัยในโครงการต่างๆ ได้รายงานความก้าวหน้ามายังสำนักประสานงาน เพื่อรับการประเมิน คำแนะนำ และแนวทางการพัฒนาการวิจัยจากผู้ทรงคุณวุฒิที่มีประสบการณ์

จากฐานข้อมูลในระยะต่างๆ ของโครงการวิจัย สามารถสรุปการติดตามผลการดำเนินงานเป็นประเด็นสำคัญๆ เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างความยั่งยืนได้ 3 ประเด็น ประกอบด้วย ประเด็นการสร้างความเข้มแข็งและพึ่งพาตนเองด้านพันธุ์ ประเด็นการจัดทำแผนการผลิตลูกไก่ และไก่ขุน เพื่อการสร้างรายได้ของเกษตรกรและเกษตรกรเครือข่าย และประเด็นการพึ่งพาตนเอง และการลดต้นทุนการนำเข้าอาหารสำเร็จรูป ซึ่งทั้ง 3 ประเด็นนำไปสู่การสังเคราะห์ความสำเร็จของระบบ และกลไกการบริหารจัดการ

2.1 การติดตามผลการดำเนินงานใน 4 ประเด็นสำคัญ

2.1.1 ประเด็นการสร้างความเข้มแข็งและพึ่งพาตนเองด้านพันธุ์ จากการรวบรวมจากรายงานโครงการย่อย และการติดตามการดำเนินการในพื้นที่ พบว่า

1) ทุกโครงการพัฒนาศูนย์คัดเลือกพันธุ์ชุมชน (Community Breed Center) เพื่อการผลิตลูกไก่ และสร้างฝูงพ่อแม่พันธุ์ทดแทน รวมทั้งสิ้น 16 ศูนย์

2) ทุกโครงการมีการวางแผนการพัฒนาศูนย์ โดยคัดเลือกเกษตรกรผู้นำที่พร้อมลงทุนจำนวน 16 ราย มีเป้าหมายในการเลี้ยงฝูงพ่อแม่พันธุ์ตั้งต้น จำนวน 6,270 ตัว (แม่พันธุ์ 5,270 ตัวและพ่อพันธุ์ 1,000 ตัว) สร้างฝูงพ่อแม่พันธุ์ทดแทนเฉลี่ย 6,400 ตัว/ปี (ราคาเฉลี่ย 200 บาท/ตัว) คิดเป็นมูลค่าหมุนเวียนเศรษฐกิจของฝูงทดแทนเฉลี่ย 1.280 ล้านบาท/ปี

3) เกษตรกรมีความมั่นใจในระบบและกลไกของธุรกิจชุมชนมีการลงทุนในโรงเรือน ตู้อฟไข่ (จำนวน 25 ตู้ ที่มีศักยภาพ (Potential) รวม 32,200 ฟอง/รอบการผลิต หรือประสิทธิภาพสูงสุดเฉลี่ย 1,674,400 ฟอง/ปี (ไข่เข้าฟักสัปดาห์ละ 1 ครั้ง รวม 52 สัปดาห์)) และอุปกรณ์อื่นๆ ในการผลิตลูกไก่ ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตเฉลี่ย 11.53 เท่า (ประมาณการคำนวณเปรียบเทียบการผลิตของแม่ไก่ระบบฟักธรรมชาติ (รอบการผลิตเฉลี่ย 4.51 รอบ/ปี) ตู้อฟไข่สามารถให้ผลผลิต 52 รอบ/ปี (ไข่เข้าตู้อฟเฉลี่ยอาทิตย์ละ 1 ครั้ง) คิดเป็นมูลค่าเศรษฐกิจหมุนเวียนไข่ไก่ (ไข่ดี) ที่เกษตรกรผลิตได้ 4.317 ล้านบาท/ปี (ราคาไข่ไก่ประดู่เฉลี่ย 8 บาท/ฟอง คิดเป็นมูลค่า 3.865 ล้านบาท/ปี ราคาไข่ไก่ลูกผสมเฉลี่ย 3 บาท/ฟอง คิดเป็นมูลค่า 0.452 ล้านบาท/ปี) ซึ่งคิดเป็นมูลค่าเพิ่มจากการใช้เทคโนโลยีตู้อฟไข่เฉลี่ยรวม 2.083 ล้านบาท/ปี

4) โครงการมีการเสริมสร้างองค์ความรู้ และเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องให้แก่เกษตรกรผู้นำ ตั้งแต่การจัดการพ่อแม่พันธุ์ การจัดการฟาร์มพ่อแม่พันธุ์ การจัดการตู้อฟไข่ การกกลูกไก่ และการทำโปรแกรมวัคซีน เพื่อสร้างปฏิทินการผลิตลูกไก่หมุนเวียนเป็นระบบ ในการบ่อนลูกไก่ ให้แก่สมาชิกที่ซื้อลูกไก่ไปทำการเลี้ยงขุนต่อ องค์ความรู้ และเทคโนโลยีที่ถ่ายทอดให้แก่เกษตรกรผู้นำ เปรียบเสมือนการลงทุนทางอ้อมที่ต้องอาศัยทั้ง

ความร่วมมือแบบสหภาคีกับหน่วยงานต่างๆ และงบประมาณเพื่อการสนับสนุนส่งเสริมองค์ความรู้ให้แก่เกษตรกร โดยทุกโครงการมีการฝึกอบรมมากกว่า 2 ครั้ง/ปี ใช้งบประมาณเฉลี่ย 30,000 บาท/ครั้ง

ทั้งนี้เป้าหมายของการพัฒนาศูนย์คัดเลือกพันธุ์ชุมชนของโครงการต่างๆ สรุปได้ตามตารางที่ 10 ซึ่งการบริหารจัดการของโครงการเป็นไปตามแผน และมีศักยภาพของการผลิต สามารถผลิตไข่ไก่ประดู่หางดำประมาณ 572,500 ฟอง/ปี (ศักยภาพผลิต 125 ฟอง/แม่/ปี) ไข่ไก่ลูกผสมประมาณ 177,100 ฟอง/ปี (ศักยภาพผลิต 230 ฟอง/แม่/ปี) เพื่อเข้าตู้ฟักประมาณ 633,660 ฟอง/ปี (ไข่ไก่ประดู่หางดำ 483,125 ฟอง/ปี ไข่ไก่โรด้า 150,535 ฟอง/ปี) ประมาณการลูกไก่ฟักออก (ประมาณการ %ฟักออกของประสิทธิภาพตู้ฟักเฉลี่ย 90%) เพื่อจำหน่ายให้แก่เกษตรกรในโครงการ และเครือข่ายเกษตรกร ได้ประมาณปีละ 567,796 ตัว/ปี คิดเป็นมูลค่าเศรษฐกิจหมุนเวียน 11.085 ล้านบาท/ปี แบ่งเป็นลูกไก่ประดู่หางดำพันธุ์แท้ 432,314 ตัว/ปี คิดเป็นมูลค่าเศรษฐกิจหมุนเวียน 8.646 ล้านบาท/ปี (ราคาจำหน่าย 20 บาท/ตัว) ลูกไก่ลูกผสมโรด้า 135,482 ตัว/ปี คิดเป็นมูลค่าเศรษฐกิจหมุนเวียน 2.439 ล้านบาท/ปี (ราคาจำหน่าย 18 บาท/ตัว) (ตารางที่2)

ตารางที่ 10 จำนวนศูนย์คัดเลือกพันธุ์ชุมชน จำนวนเกษตรกรผู้นำ จำนวนแม่พันธุ์ และประมาณการผลิตลูกไก่ของศูนย์คัดเลือกพันธุ์ชุมชน

โครงการ	จำนวน เกษตรกร		จำนวนแม่พันธุ์ (ตัว)			ผลิตไข่ (ฟอง/ปี)*			จำนวนตู้ฟักไข่ (ฟอง)	ไข่ดีเข้าตู้ฟัก (ฟอง/ปี)*			จำนวนลูกไก่ (ตัว/ปี)**		
	ศูนย์	ผู้นำ (คน)	ประจำ	โรค	รวม	ประจำ	โรค	รวม		ประจำ	โรค	รวม	ประจำ	โรค	รวม
กลุ่มเกษตรกร อ.เวียงเชียงรุ้ง จ. เชียงราย	2	2	300	260	560	37,500	59,800	97,300	3(3,200)	31,875	50,830	82,705	28,688	45,747	74,435
กลุ่มเกษตรกร อ.พาน จ.เชียงราย	2	2	1,200	-	1,200	150,000	-	150,000	2(5,500)	127,500	-	127,500	114,750	-	114,750
กลุ่มเกษตรกร จ.น่าน	2	2	400	-	400	47,500	-	47,500	2(1,000)	36,875	-	36,875	30,688	-	30,688
กลุ่มเกษตรกร จ.แม่ฮ่องสอน	3	3	200	260	460	25,000	59,800	84,800	3(6,500)	21,250	50,830	72,080	19,125	45,747	64,872
กลุ่มเกษตรกร อ.จอมทอง จ.เชียงใหม่	1	1	2,000	-	2,000	250,000	-	250,000	9(9,000)	212,500	-	212,500	191,250	-	191,250
กลุ่มเกษตรกรแพะป่าห้า อ.สันทราย จ.เชียงใหม่	2	2	200	-	200	25,000	-	25,000	2(2,000)	21,250	-	21,250	19,125	-	19,125
กลุ่มเกษตรกร จ.เพชรบุรี	4	4	300	250	550	37,500	57,500	95,000	4(5,000)	31,875	48,875	80,750	28,688	43,988	72,676
รวม	16	16	4,600	770	5,370	572,500	177,100	749,600	25(32,200)	483,125	150,535	633,660	432,314	135,482	567,796

หมายเหตุ 1. การเลี้ยงพ่อแม่พันธุ์ประจำทางดำพันธุ์แท้ ประมาณ 1,000 ตัว (สัดส่วนพ่อ/แม่พันธุ์ 1:5-8 ตัว รวมการเลี้ยงพ่อแม่พันธุ์ 6,270 ตัว

2. การลงทุนในตู้ฟัก รวม 25 ตู้ มีศักยภาพรองรับปริมาณไข่ไก่เข้าฟัก 32,200 ฟอง/รุ่น

*ประมาณการแม่ไก่ประดู่ให้ไข่เฉลี่ย 125 ฟอง/แม่/ปี แม่ไก่โรด้า ให้ไข่เฉลี่ย 230 ฟอง/แม่/ปี

**ประมาณการไข่ดีเข้าตู้ฟักเฉลี่ยร้อยละ 85 และลูกไก่ฟักออกตามประสิทธิภาพการผลิตตู้ฟักสูงสุดเฉลี่ยร้อยละ 90

2.1.2 ประเด็นการจัดทำแผนการผลิตลูกไก่ และไก่ขุน เพื่อการสร้างรายได้ของเกษตรกรและเกษตรกรเครือข่าย

การพัฒนาศูนย์คัดเลือกพันธุ์ชุมชน มีเป้าหมาย

1. เพื่อการผลิตลูกไก่ ที่ได้มาตรฐาน ในราคาที่เป็นธรรมแก่เกษตรกรผู้เลี้ยงขุน
2. เพื่อให้เกิดการจัดปฏิทินการผลิตไก่ขุนเพื่อการตลาดอย่างต่อเนื่อง
3. เพื่อขยายฐานการผลิต/การตลาด สร้างรายได้แก่เกษตรกรและเกษตรกรเครือข่าย

จากฐานการเลี้ยงพ่อแม่พันธุ์ 6,270 ตัว เกษตรกรผู้นำในทุกพื้นที่ สามารถผลิตลูกไก่ ทั้งพันธุ์แท้ และลูกผสม โดยประมาณการกำลังการผลิตลูกไก่ 567,796 ตัวต่อปี กระจายให้แก่เกษตรกรในโครงการ เพื่อการผลิตไก่ขุน และบางส่วนกลุ่มวางแผนการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างเครือข่ายการตลาด ลูกไก่ส่วนที่เหลือกระจายให้แก่เกษตรกรเครือข่าย เพื่อเลี้ยงขุน รวมทั้งการคัดเลือกไก่ขุนพันธุ์แท้ ที่มีลักษณะดีตรงตามอัตลักษณ์ของไก่ประดู่หางดำ เพื่อสร้างเป็นฝูงพ่อแม่พันธุ์ ทดแทนและจำหน่ายเป็นพ่อแม่พันธุ์แก่เกษตรกรที่สนใจ

จากการรายงานผลของโครงการ พบว่าเกษตรกรในโครงการ จำนวนทั้งสิ้น 216 ฟาร์ม มีแผนการผลิตลูกไก่ และไก่ขุน 567,796 ตัว ดังนี้

1. กลุ่มเกษตรกรในโครงการ อ.เวียงเชียงรุ้ง จ.เชียงราย:

1.1 ผลิตไก่ขุนได้จำนวน 74,435 ตัว/ปี (ฝูงทดแทน จำนวน 800 ตัว/ปี เพื่อการกระจายให้แก่เกษตรกรที่เลี้ยงพ่อแม่พันธุ์ คิดเป็นมูลค่าเศรษฐกิจหมุนเวียนของฝูงทดแทน 160,000 บาท/ปี (ราคาเฉลี่ย 200 บาท/ตัว))

1.2 ผลิตไก่ขุนที่ได้จากสมาชิก จำนวนทั้งสิ้น 73,635 ตัว/ปี คิดเป็นมูลค่าเศรษฐกิจหมุนเวียนของไก่ขุนเพื่อจำหน่าย 8,012,754 บาท/ปี (ไก่ขุนพันธุ์แท้ จำนวน 27,888 ตัว/ปี คิดเป็นมูลค่า 3,346,560 บาท/ปี (ราคาเฉลี่ยตัวละ 120 บาท) ไก่ขุนลูกผสม จำนวน 45,747 ตัว/ปี คิดเป็นมูลค่า 4,666,194 บาท/ปี (ราคาเฉลี่ย. 102 บาท/ตัว)) ซื้อลูกไก่จากศูนย์ฯ เพื่อผลิตไก่ขุน จำนวน 5,000 ตัว/ปี (คิดเป็นมูลค่าเศรษฐกิจหมุนเวียนของศูนย์ฯ จากการจำหน่ายไก่ลูกผสม 90,000 บาท/ปี (ราคา 18 บาท/ตัว) รวมไก่ขุนที่ผลิตเพื่อจำหน่าย ประมาณ 78,635 ตัว/ปี คิดเป็นมูลค่าเศรษฐกิจหมุนเวียนไก่ขุนเพื่อจำหน่ายรวมทั้งสิ้น 8,102,754 บาท/ปี

2. กลุ่มเกษตรกรในโครงการ อ.พาน จ.เชียงราย:

2.1 ผลิตไก่ขุนได้จำนวน 114,750 ตัว/ปี (ฝูงทดแทน จำนวน 1,200 ตัว/ปี เพื่อเลี้ยงพ่อแม่พันธุ์สำรอง) คิดเป็นมูลค่าเศรษฐกิจหมุนเวียนของฝูงทดแทน 240,000 บาท/ปี (ราคาเฉลี่ย 200 บาท/ตัว))

2.2 ผลิตไก่ขุน (พันธุ์แท้) ได้จำนวน 113,550 ตัว/ปี คิดเป็นมูลค่าเศรษฐกิจหมุนเวียนไก่ขุนเพื่อจำหน่ายรวมทั้งสิ้น 13,626,000 บาท/ปี (ราคาจำหน่ายเฉลี่ย 120 บาท/ตัว)

3. กลุ่มเกษตรกรในโครงการ จ.น่าน:

3.1 ผลิตไก่ขุนได้จำนวน 30,688 ตัว/ปี (ฝูงทดแทน จำนวน 500 ตัว/ปี เพื่อเลี้ยงพ่อแม่พันธุ์สำรอง รายละเอียด 250 ตัว) คิดเป็นมูลค่าเศรษฐกิจหมุนเวียนของฝูงทดแทน 100,000 บาท/ปี (ราคาเฉลี่ย 200 บาท/ตัว))

3.2 ผลิตไก่ขุน (พันธุ์แท้) ได้จำนวน 30,188 ตัว/ปี คิดเป็นมูลค่าเศรษฐกิจหมุนเวียนไก่ขุนเพื่อการจำหน่ายรวมทั้งสิ้น 3,622,560 บาท/ปี (ราคาจำหน่ายเฉลี่ย 120 บาท/ตัว)

4. กลุ่มเกษตรกรในโครงการ จ.แม่ฮ่องสอน:

4.1 ผลิตไก่ขุนได้จำนวน 64,872 ตัว/ปี (ฝูงทดแทน จำนวน 600 ตัว/ปี เพื่อเลี้ยงพ่อแม่พันธุ์สำรอง รายละเอียด 200 ตัว) คิดเป็นมูลค่าเศรษฐกิจหมุนเวียนของฝูงทดแทน 120,000 บาท/ปี (ราคาเฉลี่ย 200 บาท/ตัว))

4.2 ผลิตไก่ขุนได้จำนวน 64,272 ตัว/ปี คิดเป็นมูลค่าเศรษฐกิจหมุนเวียนของไก่ขุนเพื่อจำหน่าย 6,614,712 บาท/ปี (ไก่ขุนพันธุ์แท้ จำนวน 18,525 ตัว/ปี คิดเป็นมูลค่า 2,223,000 บาท/ปี (ราคาเฉลี่ยตัวละ 120 บาท) ไก่ขุนลูกผสม จำนวน 45,747 ตัว/ปี คิดเป็นมูลค่า 4,391,712 บาท/ปี (ราคาเฉลี่ย 96 บาท/ตัว))

5. กลุ่มเกษตรกรในโครงการ อ.จอมทอง จ.เชียงใหม่:

5.1 ผลิตไก่ขุนได้จำนวน 191,250 ตัว/ปี (ฝูงทดแทน จำนวน 2,000 ตัว/ปี เพื่อเลี้ยงพ่อแม่พันธุ์สำรอง) คิดเป็นมูลค่าเศรษฐกิจหมุนเวียนของฝูงทดแทน 400,000 บาท/ปี (ราคาเฉลี่ย 200 บาท/ตัว))

5.2 ผลิตไก่ขุน (พันธุ์แท้) ได้จำนวน 189,250 ตัว/ปี คิดเป็นมูลค่าเศรษฐกิจหมุนเวียนไก่ขุนเพื่อการจำหน่ายรวมทั้งสิ้น 18,156,000 บาท/ปี (ราคาจำหน่ายเฉลี่ย 96 บาท/ตัว)

6. กลุ่มเกษตรกรในโครงการชุมชนแพะป่าห้า อ.สันทราย จ.เชียงใหม่:

6.1 ผลิตไก่ขุนได้จำนวน 19,125 ตัว/ปี (ฝูงทดแทน จำนวน 200-300 ตัว/ปี (เฉลี่ย 250 ตัว/ปี) เพื่อเลี้ยงพ่อแม่พันธุ์สำรอง) คิดเป็นมูลค่าเศรษฐกิจหมุนเวียนของฝูงทดแทน 50,000 บาท/ปี (ราคาเฉลี่ย 200 บาท/ตัว))

6.2 ผลิตไก่ขุน (พันธุ์แท้) ได้จำนวน 18,875 ตัว/ปี คิดเป็นมูลค่าเศรษฐกิจหมุนเวียนไก่ขุนเพื่อการจำหน่ายรวมทั้งสิ้น 2,038,500 บาท/ปี (ราคาจำหน่ายเฉลี่ย 108 บาท/ตัว)

7. กลุ่มเกษตรกรในโครงการ จ.เพชรบุรี:

7.1 ผลิตไก่ขุนได้จำนวน 72,676 ตัว/ปี (ฝูงทดแทน จำนวน 1,000 ตัว/ปี เพื่อเลี้ยงพ่อแม่พันธุ์สำรอง) คิดเป็นมูลค่าเศรษฐกิจหมุนเวียนของฝูงทดแทน 200,000 บาท/ปี (ราคาเฉลี่ย 200 บาท/ตัว))

7.2 ผลิตไก่ขุนได้จำนวน 71,676 ตัว/ปี คิดเป็นมูลค่าเศรษฐกิจหมุนเวียนของไก่ขุนเพื่อจำหน่าย 7,545,408 บาท/ปี (ไก่ขุนพันธุ์แท้ จำนวน 27,688 ตัว/ปี คิดเป็นมูลค่า 3,322,560 บาท/ปี (ราคาเฉลี่ยตัวละ 120 บาท) ไก่ขุนลูกผสม จำนวน 43,988 ตัว/ปี คิดเป็นมูลค่า 4,222,848 บาท/ปี (ราคาเฉลี่ย 96 บาท/ตัว))

2.1.3 ประเด็นการพึ่งพาตนเอง และการลดต้นทุนการนำเข้าอาหารสำเร็จรูป

โครงการที่อยู่ในพื้นที่ที่เป็นแหล่งผลิตพืชอาหารสัตว์/พื้นที่ที่อยู่ห่างไกล เกษตรกรจะสร้างความร่วมมือในการพัฒนาศูนย์อาหารสัตว์ชุมชน (Community Feed Center) ต้นทุนอาหารเป็นต้นทุนที่มีสัดส่วนสูงสุดของการผลิตปศุสัตว์ การเลี้ยงไก่พื้นเมืองก็มีโครงสร้างต้นทุนที่ไม่แตกต่างกัน แต่ความได้เปรียบของการเลี้ยงไก่พื้นเมืองเมื่อเทียบกับการเลี้ยงไก่เนื้อเชิงพาณิชย์ในระบบปิด จากการที่ไก่พื้นเมืองสามารถเจริญเติบโตในสภาพเลี้ยงปล่อยหากินตามธรรมชาติ และมีความต้องการเปอร์เซ็นต์ของโปรตีนในอาหารที่ต่ำกว่าการเลี้ยงไก่ไข่และไก่เนื้อเชิงพาณิชย์ เกษตรกรสามารถใช้พืชอาหารในท้องถิ่นที่หลากหลายและสามารถผสมอาหารจากพืชอาหารในพื้นที่ เพื่อลดการใช้อาหารสำเร็จรูปโดยไม่กระทบต่อการเจริญเติบโตของการเลี้ยงในแต่ละระยะ

การพัฒนาศูนย์อาหารสัตว์ชุมชนจำนวน 5 ศูนย์กำลังการผลิต 8000 กก./รอบการผสมอาหาร ใน 4 จังหวัด เกษตรกรผู้นำ จำนวน 7 ราย ทำหน้าที่ผสมอาหารและทำการผลิตพืชอาหารหยาบ(จากผลผลิตเกษตรที่เหลือใช้)ด้วยกระบวนการหมักจุลินทรีย์ ศูนย์อาหารสัตว์ชุมชนมีเป้าหมายในการรวมกลุ่มเพื่อการใช้พืชอาหารสัตว์ในพื้นที่ที่มีความได้เปรียบ 2 ประการ คือ นอกจากจะมีราคาที่ถูกจากการเป็นแหล่งผลิต แล้วยังมีคุณภาพที่ดี สด และลดต้นทุนในการขนส่งอาหารจากนอกพื้นที่ นอกจากนี้พื้นที่จัดตั้งศูนย์อาหารสัตว์ชุมชนส่วนใหญ่มียังมีพืชอาหารที่มีคุณค่าอันเป็นวัสดุเหลือจากการเกษตร เช่น ข้าวโพดโรงงาน ฟักทอง สับประรด ที่สามารถนำมาหมักจุลินทรีย์ เลี้ยงเสริมในการเลี้ยงไก่ขุน ช่วยเพิ่มรสชาติและคุณภาพเนื้อสร้างจุดขายให้แก่ผลิตภัณฑ์แปรรูปในการทำการทำการตลาด (ตารางที่.3)

ตารางที่ 11 ข้อมูลเบื้องต้นของศูนย์อาหารสัตว์ชุมชนของโครงการย่อย

โครงการ	จำนวน ศูนย์ (แห่ง)	เกษตรกร ผู้นำ (ราย)	กำลังการผลิต (กก./ รอบผลิต)	ต้นทุน เฉลี่ย (บาท/กก.)	ชนิดพืชอาหารสำคัญใน พื้นที่
กลุ่มเกษตรกร อ.เวียงเชียงรุ้ง จ.เชียงราย	1	2	1,000	2.50- 10.75	มันสำปะหลัง/ข้าวโพด/รำ และปลายข้าว
กลุ่มเกษตรกร อ.พาน จ. เชียงราย	1	1	3,000	2.50- 10.75	มันสำปะหลัง/ข้าวโพด/รำ และปลายข้าว
กลุ่มเกษตรกร จ.น่าน	1	1	1,000	4.50- 12.50	ข้าวโพด/ข้าวเปลือก/รำและ ปลายข้าว
กลุ่มเกษตรกร จ.แม่ฮ่องสอน	1	1	1,000	5.00- 12.00	มันสำปะหลัง/ข้าวโพด/รำ และปลายข้าว
กลุ่มเกษตรกร จ.เพชรบุรี	1	2	2,000	4.00- 12.50	มันสำปะหลัง/ข้าวโพด/รำ และปลายข้าว
กลุ่มเกษตรกร อ.จอมทอง จ.เชียงใหม่	-	-	-	na	-

ตารางที่ 11 (ต่อ)

โครงการ	จำนวน ศูนย์ (แห่ง)	เกษตรกร ผู้นำ (ราย)	กำลังการ ผลิต (กก./ รอบผลิต)	ต้นทุน เฉลี่ย (บาท/กก.)	ชนิดพืชอาหารสำคัญใน พื้นที่
กลุ่มเกษตรกร แพะป่าห่า อ. สันทราย จ.เชียงใหม่	-	-	-	na	-
รวม	5	7	8,000		

หมายเหตุ 1. กลุ่มเกษตรกร อ.จอมทอง จ.เชียงใหม่ เกษตรกรรวมกลุ่มกันใช้อาหารสำเร็จรูปจากบริษัท เบทาโกร ซึ่งมีต้นทุนต่ำกว่าการผสมอาหารใช้เอง (ได้รับราคาพิเศษ)

2. กลุ่มเกษตรกรบ้านแพะป่าห่า มีจำนวนเกษตรกรน้อย เกษตรกรส่วนใหญ่มีภาระงานหลากหลาย ไม่สามารถบริหารจัดการด้านการรวมกลุ่มเพื่อการผลิตอาหารเอง นอกจากนี้ พื้นที่ดำเนินการสามารถหาวัตถุดิบเพื่อใช้ผลิตอาหารไก่ได้ง่าย (วัตถุดิบการเกษตรพร้อมใช้) และอยู่ในชุมชนเมืองที่ต้นทุนการขนส่งไม่สูง

ที่มา จากรายงานโครงการย่อย

2.2 ผลสำเร็จของระบบและกลไกการบริหารจัดการ

เมื่อนำเป้าหมายและผลการดำเนินการตามตัวชี้วัดด้านการผลิต การพึ่งพาตนเอง ของเกษตรกรในโครงการย่อยมาสังเคราะห์ในแต่ละด้าน พบว่า

2.2.1 ด้านการผลิต

เกิดการเชื่อมโยงเป็นเครือข่ายการผลิตของเกษตรกร จำนวน 216 ราย ใน 5 จังหวัด เกิดผลลัพธ์ที่เป็นปัจจัยสำคัญต่อความยั่งยืน ดังนี้

1) กระบวนการเลี้ยงที่เป็นมาตรฐานระบบการผลิตเกษตรกรที่ดี (GAP) เกษตรกร ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานการจัดการฟาร์มจากกรมปศุสัตว์ จำนวน 158 ฟาร์ม (ร้อยละ 76.32 ของเกษตรกรในโครงการ) หมายเหตุ สำหรับเกษตรกรเครือข่ายไม่มีการรวบรวมข้อมูลส่วนนี้

2) การบริหารจัดการผลิตพ่อแม่พันธุ์ และลูกไก่ ผ่านการดำเนินงานของศูนย์ผลิตลูกไก่ และพ่อแม่พันธุ์ จำนวน 15 ศูนย์ สร้างเศรษฐกิจหมุนเวียนในอุตสาหกรรมเลี้ยงไก่ รวม 4.50 ล้านบาท แบ่งเป็นลูกไก่พันธุ์แท้ 3.74 ล้านบาท ลูกไก่ลูกผสม 0.76 ล้านบาท

3) การสร้างรายได้แก่ครัวเรือน ความสำเร็จในการผลิตสร้างรายได้ที่เป็นรูปธรรม เฉลี่ย 25.71/45.62 /58.75 บาท/ตัว/รอบการผลิต (ขึ้นกับรูปแบบการเลี้ยง) โดยใช้เวลาในการเลี้ยงเฉลี่ย 2 ชั่วโมงต่อคนต่อวัน สำหรับการเลี้ยงไก่ขุน และสร้างรายได้การผลิตลูกไก่ 5.60 - 8.65 บาท/ตัว สำหรับการเลี้ยงพ่อแม่พันธุ์เพื่อผลิตลูกไก่ การใช้แรงงาน เฉลี่ย 5 ชม.ต่อคนต่อวัน

4) ลดต้นทุนการผลิต จากการผสมผสานองค์ความรู้/เทคโนโลยีการผลิตอาหาร ที่นำเอาพืชหาง่ายในท้องถิ่น ผลพลอยได้จากการเกษตรในเรือสวนไร่ นา หรือวัตถุดิบต้นทุนต่ำในท้องถิ่น มาใช้ให้เกิดประโยชน์ และสร้างมูลค่าเพิ่มแก่วัตถุดิบเกษตร เพื่อลดต้นทุนการผลิต (เมื่อเทียบกับผลงานวิจัยต้นทุนการเลี้ยงไก่ประดู่

ทางดำในชุมชนด้วยอาหารสำเร็จรูปของกรมปศุสัตว์) และเพิ่มคุณค่าให้แก่ผลผลิต ซึ่งรูปแบบการเลี้ยงไก่ขุนพันธุ์แท้ Free range ลดต้นทุนได้เฉลี่ยร้อยละ 15.46 รูปแบบการเลี้ยงไก่ขุนเชิงพาณิชย์ ลดต้นทุนได้เฉลี่ยร้อยละ 9.55 ของต้นทุนรวม (สำหรับรูปแบบการเลี้ยงแบบอินทรีย์ไม่มีข้อมูลให้benchmark)

5) การถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชุมชนเกษตรกรที่สนใจ สามารถสร้างเกษตรกรเครือข่าย 1,015 ราย ในภาคเหนือ โดยเครือข่ายซื้อลูกไก่จากกลุ่มเกษตรกรเพื่อผลิตไก่ขุนเฉลี่ย 100 ตัว/ฟาร์ม ประเมินการมูลค่าเศรษฐกิจหมุนเวียนเบื้องต้นเพิ่มขึ้นจากเกษตรกรในโครงการ 11.216 ล้านบาท (คำนวณเบื้องต้นจากราคาไก่ขุนมีชีวิตหน้าฟาร์มเฉลี่ย 110 บาท/ตัว)

6) ฐานการผลิตไก่ขุน เฉลี่ยปีละประมาณ 500,000-600,000 ตัว

7) สร้างทางเลือกในการผลิต จากรูปแบบการเลี้ยง 3 รูปแบบที่สอดคล้องกับเงื่อนไขทางเศรษฐกิจและสังคม ของครัวเรือนเกษตรกร และเหมาะสมกับฐานทรัพยากรที่แตกต่างกันของท้องถิ่น ทำให้เกษตรกรสามารถเลือกรูปแบบการเลี้ยงที่สร้างรายได้ให้ครัวเรือน ดังนี้

7.1 รูปแบบการเลี้ยงไก่ขุนพันธุ์แท้เลี้ยงปล่อยหากินตามธรรมชาติ (Free range) มีเกษตรกรที่เลี้ยงไก่ขุนในรูปแบบฟาร์มธรรมชาติ จำนวน 92 ราย ผลิตไก่ขุนประมาณ 70,000-80,000 ตัว/ปี (ร้อยละ 14.05) สร้างรายได้เฉลี่ย 45.62 บาท/ตัว ครัวเรือนมีการจำหน่ายไก่ขุนเฉลี่ย 128 ตัว/ครัวเรือน/เดือน (5,839.36 บาท/เดือน) หรือคิดเป็นมูลค่าเศรษฐกิจหมุนเวียนในอุตสาหกรรมเลี้ยงไก่ 3.193 – 3.650 ล้านบาท/ปี

7.2 รูปแบบการเลี้ยงไก่ขุน (พันธุ์แท้ และลูกผสม) เชิงพาณิชย์ด้วยอาหารสำเร็จรูป เสริมด้วยการให้หญ้า และอาหารหยاب ในโรงเรือนกึ่งขังกึ่งเปิด (All in All out) มีเกษตรกรที่เลี้ยงไก่ขุนในรูปแบบเชิงพาณิชย์ จำนวน 100 ราย ผลิตไก่ขุนประมาณ 418,000 ตัว (ร้อยละ 83.60) สร้างรายได้เฉลี่ย 12,855 บาท/รอบการผลิต (ขนาดการเลี้ยง 500 ตัว/รุ่น) หรือคิดเป็นมูลค่าเศรษฐกิจหมุนเวียนในอุตสาหกรรมเลี้ยงไก่ 10.747 ล้านบาท/ปี

7.3 รูปแบบการเลี้ยงอื่น เช่น เลี้ยงในระบบอินทรีย์ /Zero waste ประมาณ 11,750 ตัว/ปี (ร้อยละ 2.35) สร้างรายได้เฉลี่ย 58.75 บาท/ตัว ครัวเรือนมีการจำหน่ายไก่ขุนอินทรีย์ เฉลี่ย 65 ตัว/ครัวเรือน/เดือน (3,818.75 บาท/เดือน) หรือคิดเป็นมูลค่าเศรษฐกิจหมุนเวียนในอุตสาหกรรมเลี้ยงไก่ 0.690 ล้านบาท/ปี

2.2.2 ด้านการจัดการฟาร์ม: เกษตรกรได้รับการพัฒนาให้มีการจัดการภายใต้มาตรฐานฟาร์ม (Standard Farm) ใกล้เคียงของกรมปศุสัตว์ เกษตรกรทุกโครงการได้รับการติดตาม และวางระบบการ Check list เพื่อการป้องกันความเสี่ยงเรื่องโรค และการปฏิบัติเกษตรกรที่ดี (GAP) เกษตรกรสามารถปฏิบัติตามข้อกำหนดได้ร้อยละ 76.32 สำหรับเกษตรกรที่ยังไม่สามารถปฏิบัติได้ครบ จะได้รับการติดตามและปรับปรุงเพื่อเข้าสู่กระบวนการรับรองมาตรฐานการจัดการฟาร์มใกล้เคียงต่อไป

นอกจากนี้ เกษตรกรยังได้รับองค์ความรู้ เทคโนโลยี ที่เหมาะสม ทั้งการจัดการอาหาร พืชอาหาร ท้องถิ่น เพื่อให้การผลิตมีต้นทุนที่แข่งขันได้ มีคุณภาพที่ผู้บริโภคให้การยอมรับ เกิดประสิทธิภาพการผลิต มีการใช้ทรัพยากรในพื้นที่ โดยเฉพาะการใช้ประโยชน์พืชอาหารสัตว์ ลดต้นทุนการใช้อาหารสำเร็จรูป ด้วย

ภูมิปัญญาท้องถิ่น เกิดการยอมรับเทคโนโลยี และขยายฐานการผลิตของเกษตรกรในโครงการไปสู่ชุมชนอื่นๆ ที่สนใจ ทำให้ฐานการผลิตของเกษตรกรเกิดผลกระทบในวงกว้างเกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้

หากคิดเป็นมูลค่าเศรษฐกิจของการเลี้ยงไก่ตามมาตรฐานฟาร์ม เกษตรกรมีโอกาสดำเนินตลาดจาก ตลาดสด เป็นตลาดระดับกลาง และระดับบน ในรูปของผลิตภัณฑ์แปรรูป (ไก่สดแช่แข็ง ผลิตภัณฑ์พร้อมปรุง ผลิตภัณฑ์พร้อมบริโภค) ผลิตภัณฑ์ที่มีปริมาณการจำหน่ายมากที่สุด คือ ไก่สดแช่แข็ง ซึ่งตลาดระดับกลาง สามารถจำหน่ายไก่สดแช่แข็งได้เฉลี่ย 184.00 บาท/ตัว (จำนวนไก่ที่แปรรูปรวม ตลาดระดับบนสามารถ จำหน่ายได้เฉลี่ย 350 บาท/ตัว ในขณะที่ตลาดระดับล่าง จำหน่ายได้เฉลี่ย 173.20 บาท/ตัว

ผลผลิต (Outputs) ของโครงการย่อยๆ ก่อให้เกิดการจัดการความรู้เพื่อการผลิตที่มีประสิทธิภาพ การ พึ่งพาตนเอง สร้างรายได้จากโซ่การผลิตในรูปของไก่ขุน จำนวน 561,446 ตัวต่อปี แบ่งเป็นไก่ลูกผสม จำนวน 135,482 ตัว (ร้อยละ 24.13) พันธุ์แท้จำนวน 425,964 ตัว (ร้อยละ 75.87) ทำการตลาด แบ่งออกเป็น

1. การตลาดในพื้นที่ จำนวน 379,200 ตัว (ร้อยละ 67.54) จำหน่ายในรูปไก่มีชีวิต จำนวน 352,650 ตัว (ร้อยละ 93.00) และจำหน่ายเป็นไก่แปรรูป จำนวน 26,550 ตัว (ร้อยละ 7.00)
2. การตลาดนอกพื้นที่จำนวน 182,246 ตัว (ร้อยละ 32.46) ในรูปไก่สดแช่แข็ง ร้อยละ 87.50 และ ในรูปผลิตภัณฑ์แปรรูป ร้อยละ 12.5

2.2.3 ด้านรูปแบบ และแนวคิดการสร้างตลาดไก่มีชีวิตชุมชน: จากข้อมูลการทำการตลาดข้างต้น สะท้อนให้เห็นว่า การจำหน่ายไก่มีชีวิต เป็นการสร้างตลาดในพื้นที่ที่ดี เป็นการตลาดที่ชุมชนเกิดการเกื้อกูล เกิดเศรษฐกิจหมุนเวียนในพื้นที่ รองรับการผลิตได้ตลอดทั้งปี จากวัฒนธรรมการบริโภคไก่พื้นเมือง และวิถีชีวิต ของชุมชนที่ใช้ไก่พื้นเมืองในพิธีกรรมต่างๆ ตลอดทั้งปี ข้อมูลการบริโภคหลักจากชุมชน ทำให้โครงการมี ฐานข้อมูลความต้องการบริโภคในพื้นที่ ที่จะนำไปสู่การร่วมกันกำหนดปฏิบัติความต้องการบริโภค แผนการ ผลิตของกลุ่ม ทุกโครงการจึงมีการพัฒนาจุดจำหน่าย ในบริเวณที่เป็นศูนย์กลางชุมชน การคมนาคมสะดวก โดยจุดเริ่มต้นแนวคิดนี้ เกิดขึ้นจากจุดจำหน่ายไก่มีชีวิตของกลุ่มเกษตรกร อ.ปาย จ.แม่ฮ่องสอน กลุ่มเกษตรกร ในพื้นที่อื่นๆ เกิดการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ และสร้างเครือข่ายในจังหวัดต่างๆ และเกิดการเชื่อมโยงธุรกิจมี ชีวิตในสถานการณ์ที่ไกล่ล้น หรือขาดตลาด





ภาพที่ 8 จุดจำหน่ายไก่มีชีวิต (ตำบลทุ่งยาว อำเภอบางสะพาน) ของกลุ่มเกษตรกรจังหวัดแม่ฮ่องสอน

2.2.4 ด้านการแปรรูปและการตลาด

โครงการย่อย 7 โครงการ มีการบริหารจัดการในโซ่กลางน้ำและปลายน้ำ ด้วยการแปรรูป และการสร้างแบรนด์ เพื่อการพัฒนาเครือข่ายการตลาดในพื้นที่และนอกพื้นที่ร่วมกัน โครงการย่อยทุกโครงการ (ยกเว้น โครงการ: การบริหารจัดการเพื่อสร้างเครือข่ายการผลิต การตลาดไก่ประจักษ์ทางดำเนินแบบ Zero waste ของชุมชนแพะป่าห้าว) มีหลักการและแนวทางการดำเนินการดังนี้

1. การแปรรูปผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม จากไก่ขุน โดยการแยกการกำหนดราคาไก่ขุนจากความเป็นพันธุ์แท้ หรือระบบการเลี้ยงที่เป็นธรรมชาติ โดยไก่ขุนพันธุ์แท้ราคาสูงกว่าไก่ขุนลูกผสม ประมาณ 1 บาท/กก. และไก่ที่เลี้ยงในระบบเลี้ยงปล่อยหากินตามธรรมชาติมีราคาสูงกว่าการเลี้ยงในระบบโรงเรือน (กึ่งขังกึ่งปล่อย) ประมาณ 1 บาท/กก.

2. โครงการย่อย จำนวน 5 โครงการ มีการลงทุนก่อสร้างโรงฆ่าสัตว์ปีกชุมชน ขนาดกำลังการผลิต 200 ตัว/วัน ยกเว้น กลุ่มเกษตรกร อ.จอมทอง จ.เชียงใหม่ (ใช้โรงฆ่าของบริษัทเอกชน: เบทาโกร) และกลุ่มเกษตรกร บ้านแพะป่าห้าว อ.สันทราย จ.เชียงใหม่ (ใช้บริการโรงฆ่า ฟาร์มเครือข่ายเอกชน (วิรัชทรัพย์ฟาร์ม)) โครงการต่างๆ จึงมีการเพิ่มมูลค่าไก่ขุนมีชีวิตเป็นผลิตภัณฑ์แปรรูปประเภทต่างๆ

3. ผลิตภัณฑ์แปรรูปของโครงการย่อย แบ่งออกเป็น 3 กลุ่มผลิตภัณฑ์ ดังนี้

- ไก่สดแช่แข็ง (ทั้งตัว) ไก่สดชำแหละ
- ผลิตภัณฑ์แปรรูปพร้อมปรุง (Ready to cook) ได้แก่ ไก่ย่างหมัก ไก่ต้มสมุนไพร ไก่ต้มน้ำปลา
- ผลิตภัณฑ์พร้อมบริโภค เช่น ไข่ต้มไก่ ไก่ย่าง ไก่ต้มน้ำปลา ไก่รมควัน ลูกชิ้นไก่ ไก่ยอ เป็นต้น

4. การสร้างแบรนด์: เกษตรกรในโครงการ สร้างแบรนด์ตามระดับตลาด ดังนี้

a. ตลาดระดับ Modern trade และตลาดระดับบนในซูเปอร์มาร์เก็ตในจังหวัดเชียงใหม่และกรุงเทพมหานคร: สำหรับการทำการตลาดร่วมกันเป็นเครือข่ายการตลาด เกษตรกรใช้แบรนด์กลาง “นิลล้านนา” ร่วมกัน

b. ตลาดระดับท้องถิ่น (Local brand): เพื่อการทำการตลาดในระดับพื้นที่

เกษตรกรในทุกโครงการมีตลาดชุมชนเป็นตลาดเป้าหมายรองรับผลผลิต การสร้างการรับรู้ การประชาสัมพันธ์ในพื้นที่ รวมทั้งการสร้างแบรนด์ จาก สร้างอัตลักษณ์ การซื้อซ้ำ โดยนำวัฒนธรรมการบริโภค มาสร้างจุดเด่น สำหรับแบรนด์ของเกษตรกรกลุ่มต่างๆ มีดังนี้

1) โครงการ: ส่งเสริมการตลาดไก่ประดู่หางดำของเกษตรกรรายย่อยจังหวัดเชียงราย เพื่อสร้างอาชีพและรายได้ที่ยั่งยืน ผลผลิตของกลุ่มเกษตรกร อ.เวียงเชียงรุ้ง จ.เชียงราย ประกอบด้วย ไก่สดแช่แข็ง ไล่ฮั่วไก่ประดู่หางดำ ลูกขึ้นดินไก่ ไก่ย่าง ไก่หนึ่งสมุนไพร ไก่รมควัน และไก่ต้มน้ำปลา โดยกำหนดราคา จำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์ในแต่ละตลาด ดังนี้

ตารางที่ 12 แสดงราคาผลิตภัณฑ์จากไก่ประดู่หางดำในตลาดแต่ละระดับของจังหวัดเชียงราย

ประเภท ผลิตภัณฑ์	หน่วย จำหน่าย	ราคาจำหน่าย/หน่วย			ประเภท ผลิตภัณฑ์	หน่วย จำหน่าย	ราคาจำหน่าย/หน่วย		
		ตลาด ชุมชน	Modern trade	Hi-end			ตลาด ชุมชน	Modern trade	Hi-end
ไก่สดแช่แข็ง	ก.ก.	-	160	350	ไก่ย่าง	ตัว	165	-	-
ไล่ฮั่วไก่ประดู่ หางดำ	ก.ก.	350	-	-					

นิลเวียงเชียงรุ้ง
Chewy Tasty Thai Native Chicken

ไก่พื้นเมืองไทย พันธุ์แท้ ไก่ประดู่หางดำ เนื้อนุ่ม เน้น
✔มาตรฐาน GMP
✔เลี้ยงในธรรมชาติ
✔ปลอดสารเคมี

นางสาววิมล สิริวัฒนกุล
Free Range
เลขที่ 087-2675404, 089-8381597

นิลเวียงเชียงรุ้ง
Chewy Tasty Thai Native Chicken

ไก่พื้นเมืองไทย พันธุ์แท้ ไก่ประดู่หางดำ เนื้อนุ่ม เน้น
✔มาตรฐาน GMP
✔เลี้ยงในธรรมชาติ
✔ปลอดสารเคมี

นายสมศักดิ์ วัฒนกุล
Free Range
เลขที่ 087-2675404, 089-8381597

นิลเวียงเชียงรุ้ง
Chewy Tasty Thai Native Chicken

ไก่พื้นเมืองไทย พันธุ์แท้ ไก่ประดู่หางดำ เนื้อนุ่ม เน้น
✔มาตรฐาน GMP
✔เลี้ยงในธรรมชาติ
✔ปลอดสารเคมี

นายสุรินทร์ วัฒนกุล
Free Range
เลขที่ 087-2675404, 089-8381597

นิลเวียงเชียงรุ้ง
Chewy Tasty Thai Native Chicken

ไก่พื้นเมืองไทย พันธุ์แท้ ไก่ประดู่หางดำ เนื้อนุ่ม เน้น
✔มาตรฐาน GMP
✔เลี้ยงในธรรมชาติ
✔ปลอดสารเคมี

นายแก้ว วัฒนกุล
Free Range
เลขที่ 087-2675404, 089-8381597



ภาพที่ 9 การสร้างแบรนด์ผลิตภัณฑ์กลุ่มเกษตรกร อ.เวียงเชียงรุ้ง จ.เชียงราย





ภาพที่ 10 ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากไก่ประดู่หางดำของกลุ่มเกษตรกร อ.เวียงเชียงรุ้ง จ.เชียงราย

2) โครงการ: การพัฒนาเครือข่ายเกษตรกรเลี้ยงไก่พื้นเมืองประดู่หางดำและระบบห่วงโซ่อุปทานเพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของโครงการเศรษฐกิจชุมชน: กรณีศึกษา "น่านโมเดล" โดยกำหนดราคาจำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์ในแต่ละตลาด ดังนี้

ตารางที่ 13 แสดงราคาผลิตภัณฑ์จากไก่ประดู่หางดำในตลาดแต่ละระดับของจังหวัดน่าน

ประเภท ผลิตภัณฑ์	หน่วย จำหน่าย	ราคาจำหน่าย/หน่วย			ประเภท ผลิตภัณฑ์	หน่วย จำหน่าย	ราคาจำหน่าย/หน่วย		
		ตลาด ชุมชน	Modern trade	Hi-end			ตลาด ชุมชน	Modern trade	Hi-end
ไก่สดแช่แข็ง	ตัว	180	-	-	ไก่ย่าง	ก.ก.	180	-	-
ไก่ต้มน้ำปลา	ก.ก.	180	-	-	ไก่มะแว่น	ก.ก.	180	-	-



Thai Native Chicken

**เนื้อไก่
ประดู่หางดำ**

ไก่พื้นเมืองประดู่หางดำ เลี้ยงในระบบธรรมชาติ เลี้ยงบนคอกทางอาหารด้วยวัตถุดิบธรรมชาติ ไข่โปรตีนสูง ไก่แน่นๆ หนึ่กๆ นุ่มๆ ก้างกระด้างเล็กน้อย ส่งเสริมการเกษตรพอเพียง การเลี้ยงไก่ได้กลุ่มเกษตรกร

พื้ดอุณหภูมิ ควรเก็บที่อุณหภูมิ 0-4 °C
KEEP REFRIGERATED 0-4 °C

กก. (Net weight/g)	ราคา (Price/THB)

ผู้ผลิต : กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเลี้ยงไก่ประดู่หางดำทุ่งช้าง
อ.ทุ่งช้าง จ.น่าน
TEL.089-5564112
ID Line : 0987578993

ขอเชิญแวะชิม

ไก่ประดู่หางดำ

ต้มน้ำปลา

ไก่พื้นเมืองประดู่หางดำ เลี้ยงในระบบธรรมชาติ เลี้ยงบนคอกทางอาหารด้วยวัตถุดิบธรรมชาติ ไข่โปรตีนสูง ไก่แน่นๆ หนึ่กๆ นุ่มๆ ก้างกระด้างเล็กน้อย ส่งเสริมการเกษตรพอเพียง การเลี้ยงไก่ได้กลุ่มเกษตรกร

ผู้ผลิต : กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเลี้ยงไก่ประดู่หางดำทุ่งช้าง
อ.ทุ่งช้าง จ.น่าน
TEL.089-5564112

Shuang Chang

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเลี้ยงไก่ประดู่หางดำทุ่งช้าง

ไก่พื้นเมืองประดู่หางดำ เลี้ยงแบบปล่อยอิสระ เสริมคุณค่าทางอาหารด้วยวัตถุดิบธรรมชาติ มีโปรตีนสูง ไขมันต่ำ หนึ่กๆ นุ่มๆ ก้างกระด้างเล็กน้อย ส่งเสริมการเกษตรพอเพียง การเลี้ยงไก่ได้กลุ่มเกษตรกร



ภาพที่ 11 แบนด์ผลิตภัณฑ์จากไก่ประดู่หางดำและจุดขายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเกษตรกร อ.ทุ่งช้าง จ.น่าน





ภาพที่ 12 ผลิตภัณฑ์และผลิตภัณฑ์แปรรูปกลุ่มเกษตรกร อ.ทุ่งช้าง จ.น่าน

3) โครงการ: การพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าและกลยุทธ์การขับเคลื่อนทางการตลาดเพื่อเพิ่มศักยภาพการบริหารจัดการและการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนเลี้ยงไก่ประดู่หางดำบ้านหลวง อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ โดยกำหนดราคาจำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์ในแต่ละตลาด ดังนี้

ตารางที่ 14 แสดงราคาผลิตภัณฑ์จากไก่ประดู่หางดำในตลาดแต่ละระดับของจังหวัดเชียงใหม่

ประเภทผลิตภัณฑ์	หน่วยจำหน่าย	ราคาจำหน่าย/หน่วย		
		ตลาดชุมชน	Modern trade	Hi-end
ไก่สดแช่แข็ง	ก.ก.	159	-	-



ภาพที่ 13 การสร้างแบรนด์ผลิตภัณฑ์กลุ่มเกษตรกรบ้านหลวง อ.จอมทอง จ.เชียงใหม่



ภาพที่ 14 ผลิตภัณฑ์ไก่ประตู่หางดำ ไก่ย่าง (หมักสำเร็จ ดิบ/half cooked แช่แข็ง) ของกลุ่มเกษตรกร อ.จอมทอง จ.เชียงใหม่

4) โครงการ: การบริหารจัดการเพื่อสร้างเครือข่ายการผลิต การตลาดไก่ประดู่หางดำแบบ Zero waste ของชุมชนแพะป่าห้าว โดยกำหนดราคาจำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์ในแต่ละตลาด ดังนี้

ตารางที่ 15 แสดงราคาผลิตภัณฑ์จากไก่ประดู่หางดำในตลาดแต่ละระดับของจังหวัดเชียงใหม่ (แพะป่าห้าว)

ประเภทผลิตภัณฑ์	หน่วยจำหน่าย	ราคาจำหน่าย/หน่วย		
		ตลาดชุมชน	Modern trade	Hi-end
ไก่สดแช่แข็ง	ก.ก.	159	-	-



ภาพที่ 15 ผลิตภัณฑ์ไก่สดแช่แข็งของกลุ่มเกษตรกรชุมชนแพะป่าห้าว อ.สันทราย จ.จังหวัดเชียงใหม่

5) โครงการ: การศึกษาการบริหารจัดการเชื่อมโยงระบบการผลิต และการตลาดไก่ประดู่หางดำของกลุ่มเกษตรกร อำเภอป่า จังหวัดแม่ฮ่องสอน โดยกำหนดราคาจำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์ในแต่ละตลาด ดังนี้

ตารางที่ 16 แสดงราคาผลิตภัณฑ์จากไก่ประดู่หางดำในตลาดแต่ละระดับของจังหวัดแม่ฮ่องสอน

ประเภทผลิตภัณฑ์	หน่วยจำหน่าย	ราคาจำหน่าย/หน่วย			ประเภทผลิตภัณฑ์	หน่วยจำหน่าย	ราคาจำหน่าย/หน่วย		
		ตลาดชุมชน	Modern trade	Hi-end			ตลาดชุมชน	Modern trade	Hi-end
ไก่สดแช่แข็ง	ก.ก.	-	160	-	ไก่ย่าง	ตัว	180	-	-
ไก่รมควัน	ก.ก.	-	180	-	ไก่ต้มน้ำปลา	ตัว	180	-	-
ต้มยำไก่	ตัว	-	180	-					



ภาพที่ 16 แบนด์ของกลุ่มเกษตรกร อ.ปาย จ.แม่ฮ่องสอน



ภาพที่ 17 ผลิตภัณฑ์ไก่สดแช่แข็ง / ผลิตภัณฑ์แปรรูปพร้อมบริโภคไก่นึ่งสมุนไพร และไก่ย่างกลุ่ม อ.ปาย จ.แม่ฮ่องสอน



ภาพที่ 18 ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากไก่ประดู่หางดำ ณ ห้างแจ่มฟ้า จังหวัดลำพูน ของกลุ่มเกษตรกร จ. แม่ฮ่องสอน

6) โครงการ: การเสริมสร้างความเข้มแข็งการผลิต และตลาดไก่พื้นเมือง (ประดู่หางดำ) ของเกษตรกรรายย่อยในพื้นที่จังหวัดเพชรบุรี โดยกำหนดราคาจำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์ในแต่ละตลาด ดังนี้

ตารางที่ 17 แสดงราคาผลิตภัณฑ์จากไก่ประดู่หางดำในตลาดแต่ละระดับของจังหวัดเพชรบุรี

ประเภทผลิตภัณฑ์	หน่วยจำหน่าย	ราคาจำหน่าย/หน่วย		
		ตลาดชุมชน	Modern trade	Hi-end
ไก่สดแช่แข็ง	ก.ก.	180	-	-



ภาพที่ 19 ผลิตภัณฑ์ไก่สดแช่แข็ง และผลิตภัณฑ์แปรรูปไก่ประดู่หางดำเชิงของกลุ่มเพชรบุรี

7) โครงการ: แนวทางการสร้างความเข้มแข็งและพึ่งพาตนเองของเครือข่ายเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ประดู่หางดำ อำเภอบ้าน จังหวัดเชียงราย โดยกำหนดราคาจำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์ในแต่ละตลาด ดังนี้

ตารางที่ 18 แสดงราคาผลิตภัณฑ์จากไก่ประดู่หางดำในตลาดแต่ละระดับของจังหวัดเชียงราย (อ.พาน)

หน่วย จำหน่าย	ราคาจำหน่าย/หน่วย	ราคาจำหน่าย/หน่วย			ประเภท ผลิตภัณฑ์	หน่วย จำหน่าย	ราคาจำหน่าย/หน่วย		
		ตลาด ชุมชน	Modern trade	Hi-end			ตลาด ชุมชน	Modern trade	Hi-end
ไก่แช่แข็ง	ตัว	160	-	-	ไก่ยอ	ก.ก.	200	-	-
ลูกชิ้น	ก.ก.	200	-	-	ไส้อ้ว	ก.ก.	300	-	-



ภาพที่ 20 ผลิตภัณฑ์ไก่ประดู่หางดำกลุ่มเกษตรกร อ.พาน จ.เชียงราย

ข้อค้นพบ จากการสังเคราะห์ระบบและกลไก

1. การพัฒนาระบบและกลไก ในระบบการสร้างอาชีพไก่พื้นเมือง เกิดจากการแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากการปฏิบัติของกลุ่มเกษตรกรในพื้นที่ต่างๆ ทั้งจากความสำเร็จ (เช่น การคัดเลือกเกษตรกรตัวจริงเพื่อรวมกลุ่มเกษตรกรที่ต้องการสร้างอาชีพอย่างแท้จริง มิใช่เกษตรกรที่รับการช่วยเหลือจากภาครัฐเพียงอย่างเดียว จากการแจกวัสดุ อุปกรณ์ฟรี) และความล้มเหลว (เช่น การวางแผนการผลิต ที่ยังขาดข้อมูลด้านความต้องการตลาด ที่ทำให้เกิดปัญหาการผลิตล้นตลาด ขาดทุนจากการผลิต เป็นต้น)

2. การเชื่อมโยง ระบบและกลไกของเครือข่ายเกิดความเข้มแข็งขององค์ความรู้ เทคโนโลยี ซึ่งเป็นสิ่งที่เกษตรกรมีความสามารถในการเข้าถึงง่ายขึ้น และปรับตัวได้ไม่มีการเรียนรู้ ยอมรับเทคโนโลยีการผลิตได้เร็ว บูรณาการกับภูมิปัญญาท้องถิ่นได้ดี ในขณะที่ทักษะและประสบการณ์ด้านการตลาด เป็นจุดอ่อน และเป็นสิ่งที่ต้องเร่งสร้างในการพัฒนาธุรกิจให้สามารถแข่งขันได้

3. การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ มีส่วนช่วยปรับ Mind set ของเกษตรกรส่วนใหญ่ที่มีอายุน้อย ที่มักเห็นว่าระบบการบันทึกข้อมูล เป็นเรื่องยุ่งยาก และไม่จำเป็น เป็นภาระ การตัดสินใจของเกษตรกรยังอยู่บนฐานข้อมูลเดิม โดยเกษตรกรที่เป็นคนรุ่นใหม่ ให้ความสนใจ และเข้าถึงข้อมูล ใช้ประโยชน์ข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพกว่า มีบทบาทเป็นผู้นำการปรับเปลี่ยน mind set การรวมกลุ่มเกษตรกรจึงต้องให้ความสำคัญกับคน 2 กลุ่มอายุให้เกิดการร่วมคิด ร่วมทำ

4. เกษตรกรส่วนใหญ่ยังให้ความสำคัญแก่การผลิตมากกว่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อขยายโอกาสทางการตลาดได้จำกัด โดยมองว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ เป็นเรื่องไกลตัว ใช้ต้นทุนสูง การพัฒนาผู้ประกอบการส่วนใหญ่ประสบผลสำเร็จจากเกษตรกรรุ่นใหม่ อายุน้อยที่เข้าถึงระบบสารสนเทศได้ง่าย มีความเข้าใจในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3: เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนา ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย เพื่อสร้างการอยู่รอด และความยั่งยืนของต้นแบบธุรกิจชุมชน ด้วยระบบการสร้างอาชีพการเลี้ยงไก่พื้นเมือง (ประดู่หางดำ) ของเกษตรกรรายย่อย

กิจกรรมที่ 3 วิเคราะห์ปัญหา อุปสรรค ปัจจัยแห่งความสำเร็จต้นแบบธุรกิจชุมชนที่เข้มแข็ง

จากการรวบรวมรายงานการวิจัยของโครงการย่อยแม้จะมีความก้าวหน้าในการพัฒนาระบบ กลไกการเชื่อมต่ออุปทานของธุรกิจชุมชน (Community business) เป็นเครือข่าย (Network) ในระดับชุมชน และสานต่อเป็นเครือข่ายในภาคเหนือ ยังมีปัญหาหลายประการ ที่ควรได้รับการแก้ไข และเสริมสร้างองค์ความรู้ เพื่อให้เกษตรกรและชุมชน สามารถจัดการความเสี่ยงที่เกิดขึ้น (Risk management) ได้อย่างเป็นรูปธรรม เพื่อความเข้มแข็ง แข่งขันได้ในเชิงธุรกิจให้อยู่รอด (Survives) ที่นำมาสู่ความร่วมมือกันพัฒนาแนวทางการแก้ไข ที่นำการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพขึ้น ตลอดโซ่อุปทาน และมีการบริหารจัดการความเสี่ยง อย่างเป็นระบบ เพื่อให้ธุรกิจชุมชนที่พัฒนาในระยะยาว มีความอยู่รอด พึ่งพาตนเองและยั่งยืน

3.1 การวิเคราะห์ปัญหา และอุปสรรค

สำนักประสานงานได้จัดการประชุมระดมความเห็นร่วมกับโครงการย่อย (เกษตรกรในโครงการ นักวิจัย/ผู้ร่วมวิจัย) ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้ประกอบการตลาด เพื่อสรุปปัญหา อุปสรรคที่เกิดขึ้น ตั้งแต่เริ่มดำเนินการ เพื่อร่วมกันหาแนวทางการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในอนาคต กำหนดเป้าหมาย (Goals) และทิศทางการพัฒนาการบริหารจัดการในอนาคตร่วมกัน สรุปได้ดังนี้

3.1.1 ปัญหาที่พบในด้านการผลิต

1. เกษตรกรยังขาดเงินทุนในการพัฒนาศูนย์(โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มเกษตรกรที่เลี้ยงพ่อแม่พันธุ์ การลงทุนซื้ออุปกรณ์ เช่นตู้ฟักไข่อัตโนมัติ)
2. การลดต้นทุนการผลิตลูกไก่ เป็นหัวใจสำคัญของการแข่งขันด้านการผลิต เนื่องจากต้นทุนการผลิตลูกไก่ มีสัดส่วนค่อนข้างสูงในโครงสร้างต้นทุนการผลิตไก่ขุน แนวทางการลดต้นทุนลูกไก่ จึงมี 2 แนวทาง ได้แก่ การผลิตไก่ลูกผสมและการเพิ่มทักษะ เกษตรกรที่ทำหน้าที่เลี้ยงพ่อแม่พันธุ์ ซึ่งส่วนใหญ่ยังขาดทักษะองค์ความรู้ในการคัดเลือกพ่อแม่พันธุ์ตามอัตลักษณ์ของไก่ประดู่หางดำ บ่อยครั้งพบว่า เกษตรกรเลือกพ่อแม่พันธุ์ด้วยลักษณะภายนอก และการเติบโตไว (ซึ่งไม่นำข้อมูลการให้ไข่ การเป็นแม่ที่ดี มาเป็นลักษณะสำคัญในการคัดเลือก)
3. การบันทึกข้อมูลยังไม่สมบูรณ์/ไม่เป็นระบบ เพื่อการใช้ข้อมูลให้เป็นประโยชน์ในการ วิเคราะห์ต้นทุนการผลิตไก่ขุน สำหรับการผลิตพ่อแม่พันธุ์และลูกไก่ ระบบการบันทึกข้อมูลที่ดี การ Maintain พันธุ์กรรมด้วยการจัดการฟาร์ม พ่อแม่พันธุ์ที่ดี จะทำให้การผลิตใกล้เคียงกับศักยภาพทางพันธุกรรมที่ได้รับ การปรับปรุงแล้ว
4. เกษตรกรเครือข่ายขาดการจัดการฟาร์มที่ได้มาตรฐาน สำหรับเกษตรกรที่เลี้ยงพ่อแม่พันธุ์ ซึ่งมีการจัดการฟาร์มที่ซับซ้อน กว่าเลี้ยงไก่ขุน ยังต้องการการวางระบบมาตรฐานฟาร์มพ่อแม่พันธุ์ไก่พื้นเมือง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตด้วยการจัดการ

5. ศูนย์คัดเลือกพันธุ์ยังขาดทักษะ/องค์ความรู้การจัดการตู้ฟัก เพื่อการจัดปฏิทินการผลิตลูกไก่ให้มีประสิทธิภาพ คุณภาพลูกไก่ เพื่อการส่งมอบเกษตรกรเครือข่าย

6. ต้นทุนโดยเปรียบเทียบของการผลิตไก่พื้นเมืองพันธุ์แท้ ของกลุ่มเกษตรกร หลายโครงการยังอยู่ในระดับสูง/ไม่สามารถแข่งขันกับผู้ผลิตไก่ลูกผสมและผู้ผลิตที่เป็นคู่แข่งจากภายนอก

7. เครือข่ายเกษตรกร ความวางแผนระยะยาว ในการพึ่งพาตนเองให้เข้าถึงพันธุ์ดี ในราคาที่เป็นธรรม กลุ่มเกษตรกรส่วนใหญ่ยังขาดการวางแผนการจัดการฝูงทดแทน เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน กลุ่มควรวางแผนระยะยาว

8. คุณภาพลูกไก่ไม่สม่ำเสมอ (บางกลุ่มลูกไก่อังมีน้ำหนักรากเกิดน้อย) อาจส่งผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตไก่ขุนของเกษตรกรที่นำลูกไก่ไปผลิตเป็นไก่ขุนต่อ)

3.1.2 ปัญหาที่พบด้านการตลาด

ปัจจุบันผลผลิตไก่ขุนยังกระจุกตัวและจำหน่ายในตลาดชุมชนเป็นหลัก (ประมาณร้อยละ 70 ของผลผลิตไก่ขุน) เนื่องจากไก่พื้นเมือง ยังไม่เป็นที่รับรู้ และยอมรับในการบริโภค ในตลาดระดับกลาง และบน โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้บริโภคกลุ่มเด็ก/เยาวชน และผู้บริโภคในเมืองใหญ่ การขยายตลาดจากตลาดระดับล่างไปสู่ตลาดกลาง และตลาดเฉพาะ จึงยังมีอุปสรรคอีกจำนวนมาก ที่จะรองรับผลผลิตไก่ขุน (ทั้งลูกผสมและพันธุ์แท้) จากข้อมูลทุติยภูมิ พบว่า มีเพียงกลุ่มเกษตรกรอำเภอจอมทอง จ.เชียงใหม่ที่มีการเพิ่ม/ขยายตัว อย่างเป็นรูปธรรมจากตลาดชุมชน ไปสู่ตลาดระดับกลางและบน ในภาคเหนือและกรุงเทพ โดยผ่านบริษัท ที่มีความพร้อมด้านการตลาด และมีระบบการขนส่งที่มีประสิทธิภาพ สำหรับกลุ่มอื่นๆ การขยายโอกาสตลาดยังจำเป็นต้องอาศัยการสร้างเครือข่ายการตลาดร่วมกัน ปัญหาด้านการตลาดที่สำคัญ ได้แก่

1.มาตรฐานผลิตภัณฑ์/ศักยภาพผลิตภัณฑ์ ยังขาดความสม่ำเสมอ เช่น ส่วนผสม (สูตร) ที่ไม่ได้มาตรฐาน ปริมาณการผลิตยังมีขนาดการผลิตต่ำ ที่ส่งผลให้ต้นทุนต่อหน่วยสูง (ไม่สามารถแข่งขันได้ในตลาด)

2.ราคาผลิตภัณฑ์โดยเปรียบเทียบสูงกว่าคู่แข่ง เนื่องจากวัตถุดิบหลัก (ไก่สดประดู่หางดำ) มีราคาโดยเปรียบเทียบสูงกว่า โดยเฉพาะไก่ไข่เพศผู้ ที่คู่แข่งใช้คำว่า “ไก่บ้านลูกผสม” มาเป็นกลยุทธ์การตลาด ซึ่งผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่สามารถจำแนกความแตกต่างได้

3.ขาดการประชาสัมพันธ์ สร้างการรับรู้แก่ผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง อัตราการขยายตัวของตลาด/ส่วนแบ่งการตลาดยังต่ำ

4.การขยายฐานการผลิต กลุ่ม/โครงการต่างๆ ควรร่วมมือกันในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ที่มีศักยภาพเหมาะสมกับไก่ขุนประดู่หางดำ และ เพื่อให้ต้นทุนแข่งขันได้ ควรใช้ไก่ลูกผสม ที่มีขนาดเป็นมาตรฐานเดียวกัน พัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ ที่ตอบสนองความต้องการตลาดที่มีผู้บริโภคชื่นชอบ เช่น ไก่ย่าง ไก่ต้ม น้ำปลา เป็นต้น

5.การผลิตผลิตภัณฑ์ที่สามารถทำการตลาดได้จริง ยังขาดการเจรจากับผู้ประกอบการ Modern trade และการทำMOU เพื่อการสนับสนุนช่วยเหลือสังคม (CSR) ด้วยผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย (Variety of

products) ในราคาที่แข่งขันได้ ตอบโจทย์ผู้บริโภคขายส่ง คราวเรือนผู้บริโภคระดับรายได้ปานกลาง เช่น Makro ที่มีสาขาจำหน่ายทั่วประเทศ

ดังนั้น จากฐานการผลิตเกือบหนึ่งล้านตัวต่อปี การขยายโอกาสทางการตลาด และการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ ตลาด Modern trade ตลาดจำเพาะจึงเป็นเป้าหมายสำคัญรองรับผลผลิตไก่ขุน และความเข้มแข็งธุรกิจชุมชนของกลุ่ม ที่ต้องร่วมมือกันพัฒนาตลาด ขยายส่วนแบ่งการตลาดอย่างต่อเนื่อง

แนวทางการแก้ไขปัญหาด้านการตลาด

1.ควรทำโครงการนำร่องพัฒนาผลิตภัณฑ์ แปรรูปผลิตภัณฑ์ อย่างต่อเนื่องโยการนำข้อมูลที่เป็นหลักฐานเชิงวิทยาศาสตร์ของคุณภาพเนื้อของไก่ประดู่หางดำ ที่เป็นทั้งพันธุ์แท้และลูกผสม ตลอดจนรูปแบบการเลี้ยงในระบบFree range กับการเลี้ยงในระบบโรงเรือนด้วยอาหารสำเร็จรูป(เสริมด้วยอาหารหยابในท้องถิ่น) ที่มีผลต่อคุณภาพเนื้อ มาพัฒนาเป็นสูตรที่ได้มาตรฐาน สม่่าเสมอ และทดสอบความชอบความต้องการของผู้บริโภค

2.ประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ เพื่อให้ข้อมูลแก่ผู้บริโภคเป้าหมาย ในตลาดแต่ละระดับ สร้างความมั่นใจและความพึงพอใจ แก่ผู้บริโภคเป้าหมาย ทั้งนี้ในยุคการตลาดที่ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงข้อมูลในระบบเทคโนโลยีที่รูกหน้า เปิดโอกาสให้การค้าแบบ online เป็นตลาดที่เข้าถึงผู้บริโภคที่รักสุขภาพ และผู้บริโภคที่ต้องการทางเลือกที่แตกต่างจากไก่เนื้อขาวของผู้ประกอบการขนาดใหญ่

3.ควรทำการบูรณาการกับผู้ประกอบการและ กลุ่มเกษตรกร ด้วยตัวแทนเจรจาการค้า ความร่วมมือ/การบูรณาการกับผู้ประกอบการตลาด Modern trade /ตลาดเฉพาะ อย่างเป็นรูปธรรม

4ผลผลิตไก่ขุน กว่าร้อยละ70 ทำการตลาดในรูปแบบไก่มีชีวิต ที่ปัญหาไก่มีชีวิตล้นตลาด ในช่วงฤดูฝน (สิงหาคม-ตุลาคม) ยังเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นทุกปี ควรวางแผน /วิเคราะห์จำนวนส่วนเกินเพื่อแปรรูปเป็นไก่สดแช่แข็งและผลิตภัณฑ์ไก่ประดู่พร้อมปรุงแช่แข็ง ที่นอกจากจะสร้างมูลค่าเพิ่มแล้ว ยังยืดเวลาการทำการตลาด ซึ่งผลิตภัณฑ์แช่แข็งที่ทำความร่วมมือกับผู้ประกอบการModern trade ที่ความร่วมมือกันในการสร้างตลาด มีศักยภาพที่รองรับผลผลิตส่วนเกิน

5.การประชาสัมพันธ์ และการตลาดเชิงรุกที่ต้องแข่งขันกับคู่แข่ง ที่ใช้ไก่ไขเพศผู้ มาทำการตลาด โดยใช้คำว่า ไก่บ้านลูกผสม กำหนดราคาต่ำมาก กลยุทธ์ที่ใช้ในการตลาดไม่ควรมุ่งเน้นกลยุทธ์ด้านราคา แต่ควรให้ความสำคัญแก่คุณค่าด้านโภชนาการ รสชาติ ระบบการผลิตของเกษตรกรรายย่อยที่ได้มาตรฐาน ในรูปแบบการค้าที่เป็นธรรม (Fair trade) การทำการตลาดในตลาดModern trade/ตลาดเฉพาะ

6.ควรมีการแบ่งแยกผลิตภัณฑ์ สร้างความแตกต่างตามคุณภาพเนื้ออย่างชัดเจน นำคุณค่าที่ผู้บริโภคเป้าหมายยินดีจ่าย เพื่อสร้างกลยุทธ์ทางการตลาด ที่จะสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งเป็นรูปธรรม

7.ควรมีนโยบายความหมายของไก่พื้นเมืองให้ชัดเจน เพื่อสื่อสารผู้บริโภคได้อย่างถูกต้อง โดยอ้างอิง กรมปศุสัตว์ ที่ได้นิยามและกำหนดไว้ชัดเจนว่าหมายถึง ไก่พื้นเมืองพันธุ์ประดู่หางดำ/ และลูกผสม เครือข่ายควรนำความหมายดังกล่าวนี้มาสู่ข้อตกลงทางการค้ากับผู้ประกอบการ

8. การทำความร่วมมือผู้ประกอบการตลาดระหว่างเครือข่าย ซึ่งกลุ่มเกษตรกร อ.จอมทอง จ.เชียงใหม่ เป็นกลุ่มที่มีฐานการผลิตขนาดใหญ่ เป็นระบบ ผลผลิตสม่ำเสมอได้มาตรฐาน สามารถเป็นแกนนำที่เป็นผู้ประสานงาน เพื่อให้เกิดแผนการผลิต (ในทุกโครงการ/พื้นที่ กำหนดแผน/ปฏิทินการเลี้ยง และต้นทุน) ผู้แทนกรมปศุสัตว์ประสานงานตัวแทน Modern trade

ข้อค้นพบ

1. กลุ่มเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการจากการเริ่มต้น ตั้งแต่ระยะที่ 1 จำนวน 13 โครงการ และได้รับการพัฒนาต่อเนื่อง มีจำนวน 7 โครงการ (ร้อยละ 53.85) ในขณะที่เกษตรกรที่ได้รับการพัฒนาต่อเนื่องจาก 383 คน ในระยะที่ 1 จนถึงระยะที่ 4 จำนวน 216 คน (ร้อยละ 56.40) ซึ่งเกิดจากเหตุผลที่สำคัญ หลายประการ ประกอบด้วย

1.1 การคืนทุนของเกษตรกร จากค่าวัสดุ อุปกรณ์การผลิต (ที่เกษตรกรจะต้องเป็นผู้ลงทุนเอง) เกษตรกรจำนวนมากยังมีความกังวลจากการรับการสนับสนุนวัสดุ ฟรี จากภาครัฐ

1.2 กลุ่มเกษตรกรไม่สามารถจัดระบบการผลิตที่สามารถแข่งขันได้ (ต้นทุนการผลิตสูง โดยเฉพาะอย่างยิ่งต้นทุนอาหาร และพันธุ์)

1.3 ขาดการวิเคราะห์ตลาดในพื้นที่เพื่อรองรับผลผลิตอย่างเป็นระบบ เกษตรกรไม่สามารถขายผลผลิต เพื่อสร้างรายได้อย่างเป็นรูปธรรม ประสบปัญหาการขาดทุน/ขาดแรงจูงใจในการลงทุนต่อเนื่อง

2. กลุ่มเกษตรกรที่ประสบผลสำเร็จ สามารถ spin off เพื่อสร้างงาน สร้างวิสาหกิจชุมชน มักเกิดจากผู้นำชุมชน ผู้นำเกษตรกรที่เข้มแข็ง สามารถเข้าถึงโอกาสทางการตลาด และใช้ตลาดเป็นตัวนำ

3. การมีหน่วยงานในพื้นที่ ให้การสนับสนุน ทั้งการร่วมลงทุน การประชาสัมพันธ์ การเชื่อมโยงผู้ประกอบการในพื้นที่

3.2 ปัจจัยแห่งความสำเร็จต้นแบบธุรกิจชุมชนที่เข้มแข็ง

ความสำเร็จของระบบ และกลไกในการขับเคลื่อนธุรกิจชุมชนที่เข้มแข็ง เกิดจากปัจจัยหลายประการ ซึ่งปัจจัยแห่งความสำเร็จในการพัฒนาชุมชนต่างๆ ที่เข้าร่วมโครงการ ประกอบด้วย

1. การให้ความรู้ ความเข้าใจ สร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อการวางแผนการผลิต และการตลาดด้วยการผลิตสินค้าที่หลากหลาย สนองความต้องการของชุมชนเป็นหลัก จนธุรกิจมีเสถียรภาพ จึงขยายโอกาสไปสู่ตลาดภายนอก ทำให้คุณภาพของราคามีเสถียรภาพ

2. การสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับภายนอก ความอยู่รอด เข้มแข็งและยั่งยืนของธุรกิจชุมชน ความเข้มแข็งภายในในเชิงธุรกิจที่สำคัญประการหนึ่งคือ ทุน เพื่อการขยายธุรกิจ เกษตรกร/ชุมชน มีการจัดสรรกำไรจัดตั้ง “กองทุนชุมชน” และสร้างระบบการเงินภายในชุมชนให้ทุกคนได้ใช้ประโยชน์ร่วมกัน เพื่อการพัฒนาอาชีพหรือเศรษฐกิจของครัวเรือน นอกจากนี้เครือข่ายความร่วมมือส่งเสริมให้เกิดการจัดตั้งศูนย์

อาหารสัตว์ชุมชน และศูนย์คัดเลือกพันธุ์ไก่พื้นเมือง (ประดู่หางดำ) ชุมชน เพื่อเป็นหลักประกันความมั่นคง การพึ่งพาตนเอง (พึ่งพาสายพันธุ์ และพึ่งพาอาหารสัตว์ที่ใช้เลี้ยง) ในชุมชน

3. การมีผู้นำชุมชน ที่ประสบผลสำเร็จ เสียสละ เป็นที่ยอมรับของชุมชนในการถ่ายทอด เทคโนโลยี นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงของชุมชน

กิจกรรมที่ 4 การจัดประชุมระดมความเห็นผู้ที่มีส่วนได้เสีย เพื่อการสร้างเครือข่ายการผลิตและการตลาด การสร้างBrand ร่วมกัน

สำนักประสานงานร่วมกับนักวิจัยในโครงการย่อย ผู้ประกอบการด้านการตลาด ในระดับต่างๆ ตลอดจนผู้ทรงคุณวุฒิ ได้ร่วมประชุมหารือ แลกเปลี่ยนประสบการณ์ เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาการตลาด หาความร่วมมือในการขยายโอกาสการตลาดด้วยผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเกษตรกรภายในพื้นที่ต่างๆ ที่จะพัฒนา ผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการผู้บริโภค ในระดับราคาที่แข่งขันได้กับผู้ประกอบการตลาด Modern trade และตลาดจำเพาะ ที่เป็นก๊าดตาการ ชุปเปอร์มาร์เก็ต เพื่อการวางรากฐานการสร้างแบรนด์ จากเอกลักษณ์ รูปแบบการผลิต ที่จะป็นจุดขายสำคัญในการพัฒนาตลาดที่ยั่งยืนร่วมกัน

แนวทางการดำเนินงานประกอบด้วยการรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องต่างๆ เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพเพื่อ การพัฒนาตลาดทั้งด้านการผลิต และด้านการตลาด เพื่อนำไปสู่ข้อสรุปแนวทางการพัฒนา

4.1 วิเคราะห์ศักยภาพการผลิตเพื่อการพัฒนาตลาดระดับกลาง(Modern trade)

การส่งเสริมให้เกษตรกรรวมกลุ่มกันบริหารจัดการกระบวนการตั้งแต่การผลิต การแปรรูปและการตลาด เป็นธุรกิจชุมชน ใน 8 จังหวัด ที่สามารถผลิตไก่ขุน(พันธุ์แท้และลูกผสม) ใน5 จังหวัด ประกอบด้วย จังหวัดเชียงราย เชียงใหม่ น่าน แม่ฮ่องสอนและเพชรบุรี องค์ประกอบที่สำคัญของธุรกิจชุมชนที่เข้มแข็ง

1.สร้างปฏิทินการผลิต ไก่ขุนพันธุ์แท้/ลูกผสม ประดู่หางดำ ด้วยประมาณ/คุณภาพสม่ำเสมอ ที่จะสามารถส่งมอบผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง จากฝูงพ่อแม่พันธุ์ 6,300 ตัว ผลิตลูกไก่โดยใช้เทคโนโลยีตู้ฟักในศูนย์ คัดเลือกพ่อแม่พันธุ์ชุมชน (15ศูนย์) แยกเป็นลูกไก่ (พันธุ์แท้) 270,000 ตัว/ปี ลูกไก่ (ลูกผสม) 190,000 ตัว/ปี และมีกำลังผลิตไก่ขุน 294,200 ตัว/ปี(บางส่วนจำหน่ายให้เกษตรกรเครือข่าย เพื่อผลิตไก่ขุนเพื่อการตลาดในชุมชน)มูลค่าการผลิต ปีละ75 ล้านบาทศักยภาพหนึ่งของการผลิตเกิดจากการผลิตที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน ภายใต้ข้อกำหนดการเลี้ยงไก่พื้นเมืองของกรมปศุสัตว์ ด้วยรูปแบบการเลี้ยงไก่พื้นเมือง2 รูปแบบ(เลี้ยงปล่อย หากินตามธรรมชาติและเลี้ยงในโรงเรือนกึ่งเปิดกึ่งปิด) ด้วยพืชอาหารสัตว์ในพื้นที่ ปราศจากยาปฏิชีวนะ ซึ่ง มั่นใจแก่ผู้บริโภคด้านอาหารปลอดภัย

2.กลุ่มมีการขยายการผลิตลูกไก่และส่งเสริมแก่เกษตรกรที่สนใจสร้างอาชีพจากไก่ประดู่หางดำในพื้นที่ จะสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการลงทุนแปรรูปไก่สดชำแหละในโรงฆ่าสัตว์ปีก 5 แห่ง (อำเภอเวียงเชียงรุ้งและ อำเภอนาน จังหวัดเชียงราย อำเภอเมืองจังหวัดแม่ฮ่องสอน อำเภอวังสาม จังหวัดน่าน และอำเภอบ้านธิ จังหวัด ลำพูน)กำลังการผลิต 200 ตัว/วัน/แห่ง (รวม5 แห่ง 1000 ตัว/วัน) เพื่อบริการรับผลิตไก่ขุนและบริหารความเสี่ยงด้านการตลาดแก่เกษตรกร

3. สำหรับกลุ่มที่มีศักยภาพ มีองค์ประกอบที่บริหารธุรกิจได้ครบวงจร มีความพร้อมในโซ่กลางน้ำ เพื่อการแปรรูป (มีโรงฆ่าและโรงชำแหละ แปรรูปผลิตภัณฑ์) มีองค์ความรู้และผู้นำเกษตรกรที่มีทักษะ ผลิตภัณฑ์ที่สร้างมูลค่าเพิ่ม มีแบรนด์ของตนเอง มีจำนวน 6 กลุ่ม (ยกเว้นกลุ่มเกษตรกร บ้านแพะป่าห้าว อ.สันทราย จ.เชียงใหม่)

4. ระบบการเลี้ยงและกระบวนการแปรรูป มีกระบวนการที่ได้มาตรฐาน จากการตรวจประเมิน ของผู้ประกอบการที่จะทำหน้าที่ทางการตลาด(เช่น สยามแม็คโคร) เพื่อการสร้างความมั่นใจแก่ผู้บริโภค ด้านอาหารปลอดภัย(Food safety)



ภาพที่ 21 ตัวแทน สยามแม็คโคร ทำการตรวจประเมิน กระบวนการผลิตไปจนถึงกระบวนการแปรรูปผลิตภัณฑ์ กลุ่มเกษตรกร อ.เวียงเชียงรุ้ง จ.เชียงราย

เพื่อสร้างความเข้มแข็งและความยั่งยืนในการสร้างอาชีพแก่เกษตรกร เกษตรกรจึงรวมตัว สร้างเครือข่ายการตลาดร่วมกัน มีความพร้อมในการขยายโอกาสผลิตภัณฑ์สู่ตลาดMacro ในกรุงเทพ (จำนวน 40 สาขา) โดยวางแผนการตลาด ไก่สดแช่แข็งจำนวน 2000 กก.(ไก่สดแช่แข็ง)และไก่ย่าง(ขนาด นน.700-800/ตัว)1000 กก./เดือน

การวิเคราะห์ศักยภาพการแปรรูปผลิตภัณฑ์ ที่จะนำไปสู่แผนการตลาด สำนักประสานงาน ร่วมกับโครงการย่อย ทำการทดสอบผลิตภัณฑ์ สักรวจตลาด และทดสอบความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ 2 ผลิตภัณฑ์ ผลการทดสอบ

- 1.ผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคชื่นชอบจากไก่ประดู่หางดำ 2 รายการ ประกอบด้วย ไก่ย่าง และไก่ต้มน้ำปลา
- 2.จำหน่ายในราคา 160 บาท ต่อกก. นน.เฉลี่ย ต่อดัว 800 กรัม

3.การแสดงผลข้อมูล ที่ต้องระบุในผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย แหล่งผลิต /กระบวนการผลิต/ QR Code / ไม้ประดับทางคำพันธุ์แท้หรือลูกผสม สำหรับผลิตภัณฑ์ ไม้ประดับแท้และ ข้อมูลการบริโภคสำหรับไม้ประดับ เช่น ส่วนประกอบเครื่องปรุง/วิธีการปรุง Oven 250 C' 10 นาที/Microwave 5 นาที

4.การทำMOU ความร่วม 3 ฝ่าย ระหว่าง มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ผู้ประกอบการตลาด และกลุ่มเกษตรกร เพื่อการทำสัญญา ซึ่งจะสร้างความมั่นใจในการลงทุน แก่กลุ่มเกษตรกรในระยะยาว หลังโครงการวิจัยต่างๆ สิ้นสุด



ภาพที่ 22 การประชุม หาหรือแนวทางการขยายโอกาสทางการตลาดของโครงการวิจัยย่อย

4.2 วิเคราะห์ศักยภาพความเป็นไปได้ด้านการตลาด

4.2.1 การหารือกับผู้แทนฝ่ายจัดซื้อแผนกเนื้อสัตว์ ห้าง Macro

กลุ่มเกษตรกรและฝ่ายการตลาด(แผนกเนื้อสัตว์) แบ่งผลิตภัณฑ์ที่จะทำการตลาด เป็น 2 กลุ่ม ผลิตภัณฑ์ (ไม้ประดับแท้ ทั้งตัวและ ผลิตภัณฑ์พร้อมปรุง /ไม้ประดับหมัก ไม้ดมน้ำปลา) โดยการขยายการตลาด ไปสู่ระดับประเทศ ยังคงใช้เงื่อนไข/สัญญาเดิม ที่สำนักประสานงานได้ดำเนินการมาตั้งแต่ปี 2555 ประกอบด้วยชื่อโครงการ เลขที่บัญชีธนาคารในการโอนรายได้จำหน่าย/ การตรวจประเมินระบบการผลิต/การ เติบโตสินค้าและการขนส่ง ลักษณะบรรจุภัณฑ์ สำหรับผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย

1.ไม้ประดับแท้ทั้งตัว(ล้างเครื่องในออก) นน.เฉลี่ย 1.3-1.5 กก./ตัว สามารถทำการตลาดทั้งในระดับ จังหวัด และ ส่วนกลาง กทม. กลุ่มเกษตรกรสามารถทำแผนการตลาดในจังหวัดนั้น สำหรับ ตลาด กทม.40

สาขา จะรวมกลุ่มกันผลิต 1-2 ตัน/เดือน ด้วยรถห้องเย็นส่งมอบไปที่ศูนย์กระจายสินค้ามหาชัย หรือวังน้อย ออยุธยา เพื่อที่แม่โครจะทำหน้าที่กระจายไปสาขาต่างๆ ต่อไป

2.ไก่ย่าง(หมักสำเร็จ ดิบ/half cooked แซ่แข็ง สามารถนำไปอุ่น สุกด้วยเตาไมโครเวฟ)ขนาด นน.เฉลี่ย 700-800 กรัม/ตัว ฝายการตลาด ให้คำแนะนำถึงคุณภาพ รสชาติที่อร่อย สม่ำเสมอในแต่ละล็อต ปริมาณธุรกิจ/ความต้องการยังมีมาก กลุ่มควรพัฒนาสูตรให้แข่งขันได้กับคู่แข่งในตลาด

สรุป เพื่อให้เป้าหมายการตลาดผลิตภัณฑ์ทั้ง 2 กลุ่มออกสู่ตลาดมอบหมายให้ ดร.รัตนา (กรมปศุสัตว์) ทำหน้าที่ประสานงานกับฝ่ายจัดซื้อห้างแม่โครแทนกลุ่ม และ สำนักประสานงานจะเตรียมข้อมูลเพื่อการสนับสนุนแผนการตลาด(Marketing plan) รวมทั้งนัดหมายหัวหน้าโครงการเพื่อประชุมจัดทำแผนการผลิต/ Logistic ร่วมกัน

4.2.2 การประชุมพัฒนาแผนการตลาด (Marketing plan) เครือข่ายความร่วมมือเพื่อการสร้างBrand ร่วมกัน

ในการทำการตลาดเป็นเครือข่ายร่วมกัน ในตลาดModern trade การสร้างการจดจำตราสินค้า เพื่อการซื้อซ้ำและการภักดีต่อผลิตภัณฑ์ ด้วยการสร้างแบรนด์ ที่นำจุดขายจากพันธุ์ รูปแบบการเลี้ยงและ การเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐานจากเกษตรกรรายย่อย เป็นอัตลักษณ์ที่นำมาสู่การสร้างแบรนด์ของเครือข่ายเกษตรกร ทั้ง 7 โครงการย่อยร่วมกัน

กลุ่มเกษตรกรที่ร่วมเป็นเครือข่ายการตลาดจะมีการจัดเตรียมข้อมูล เพื่อการทำแผนการตลาด ประกอบด้วยจำนวนพ่อแม่พันธุ์ ศักยภาพ กำลังการผลิตไก่ขุน จำนวนสมาชิก ผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม จำนวนโรงฆ่า ฟาร์มที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน (หรือกำลังอยู่ในระหว่างการขอยื่นขอรับการรับรอง) ของกลุ่มต่างๆ



ภาพที่ 22 การประชุมหารือแนวทางการขยายโอกาสทางการตลาด ของกลุ่มเกษตรกรโครงการย่อย

4.3 ข้อเสนอแนะทางการพัฒนาเครือข่ายการผลิตและการตลาดร่วมกัน

1.การพัฒนาต่อยอดในระยะยาว เพื่อสร้างความเข้มแข็ง ฟังพาดตนเอง การอยู่รอด ความยั่งยืนแก่ธุรกิจชุมชนของทุกโครงการ ได้มีการแลกเปลี่ยน รูปแบบธุรกิจชุมชนของระบบการสร้างอาชีพ ที่กลุ่มส่งเสริมการผลิต(ทั้งพ่อแม่พันธุ์ ลูกไก่ และไก่ขุน) เพื่อจัดทำฐานข้อมูลการผลิตในระดับเครือข่าย

2.การเตรียมความพร้อม ให้เกษตรกรมีการบริหารจัดการความเสี่ยง ด้านการผลิต ประกอบด้ว การ ฟังพาดตนเอง การเข้าถึงสายพันธุ์ ด้วยคุณภาพ ในราคาที่เป็นธรรม และการจัดการฟาร์มที่ได้มาตรฐาน การจัดการอาหารเพื่อลดต้นทุนไปพร้อมๆคุณภาพเนื้อ ที่จะเป็นจุดขายที่แตกต่าง

3.การสร้างความเป็นธรรมด้านราคา จากรูปแบบการเลี้ยงต่างๆ ที่มีต้นทุนการผลิตที่แตกต่างกัน พร้อมทั้งสนับสนุนเกษตรกรรายใหม่ๆ ที่ยังให้ความสำคัญและมีความต้องการผลิตในระบบธรรมชาติที่ใช้วิถีชีวิต ชุมชนและภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งผลผลิตมีความแตกต่างจากการเลี้ยงในระบบเชิงพาณิชย์(All in all out) สามารถตอบสนองความต้องการผู้บริโภคกลุ่มรักสุขภาพ

4.การขยายโอกาสทางการตลาด ในmodern trade เพื่อการตลาดในระดับประเทศ ควรให้โควต้าแก่กลุ่มเกษตรกรที่มีศักยภาพในการเลี้ยงในรูปแบบ All in all out (ไก่ลูกผสม) ด้วยผลิตภัณฑ์ไก่สดแช่แข็ง และ ไก่ย่างแช่แข็ง ใช้กลยุทธ์การตลาดที่แข่งขันได้กับคู่แข่งจำนวนมาก ซึ่งผู้ประกอบการได้ให้คำแนะนำเชิงการตลาด 4P เพื่อชิงส่วนแบ่งการตลาด (market share) ที่จะคุ้มค่ากับการตลาดของกลุ่มเกษตรกร

5.ในการพัฒนาต่อยอดในระยะยาว เพื่อสร้างความเข้มแข็ง ฟังพาดตนเอง การอยู่รอด ความยั่งยืนแก่ธุรกิจชุมชน กลุ่มเกษตรกรต้องให้ความสำคัญทั้งการแข่งขันเชิงปริมาณ(มีผลผลิตที่เพียงพอในการขยายตลาดแข่งขันด้านราคาในตลาดModern trade) ด้วยคุณภาพ ในราคาที่เป็นธรรม ในตลาดเฉพาะ ซึ่งการจัดการฟาร์มที่ได้มาตรฐาน การจัดการอาหาร/ลดต้นทุน จขยังมีช่องว่างในการยกระดับ ผลิภาพการผลิตให้แก่เกษตรกร

6.คุณภาพเนื้อ ที่จะเป็นจุดขายที่แตกต่าง ในรูปแบบการเลี้ยงต่างๆ ที่แต่ละชุมชนมีภูมิปัญญาท้องถิ่น สามารถสร้างความแตกต่าง แบ่งแยกตลาด ตามคุณภาพ เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ ให้เกิดvalue chain

7.กระบวนการจัดการโซ่อุปทานส่วนปลายน้ำ ยังมีศักยภาพสูงในการพัฒนาต่อยอดไปถึงการบริการร้านอาหาร ที่ต้องอาศัยศิลปะการอาหาร จากchefsเพื่อสร้างสรรค์ เมนูที่สอดคล้องกับคุณค่าคุณลักษณะเนื้อของไก่พื้นเมือง ในตลาดระดับต่างๆ





ภาพที่ 23 การประชุมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ นักวิจัยผู้ประกอบการตลาดและผู้ทรงคุณวุฒิ

สรุปผลการศึกษา

กระบวนการสร้างอาชีพตลอดโซ่อุปทานจากไก่ประดู่หางดำของเกษตรกรรายย่อย ก่อให้เกิดระบบและกลไกการบริหารจัดการ สร้างองค์ความรู้ด้านการผลิตด้วยระบบการเลี้ยงไก่พื้นเมือง ที่มีประสิทธิภาพ โดยอาศัยองค์ความรู้พื้นฐานที่เกิดจากการวิจัย สร้างทางเลือกแบบจำลองทางธุรกิจที่เหมาะสมตามทรัพยากรของเกษตรกรรายย่อยและบริบทของชุมชนท้องถิ่น การสร้างความเข้มแข็งแก่เกษตรกรโดยการรวมกลุ่มเสริมสร้างพลังด้วยการบริหารจัดการโซ่อุปทาน การลงทุนเพิ่มในกิจกรรมกลางน้ำและปลายน้ำ เกิดห่วงโซ่คุณค่าที่สร้างมูลค่าเพิ่ม ขยายโอกาสทางการตลาด อันเป็นแนวทางสร้างอาชีพการเลี้ยงไก่พื้นเมืองให้แก่เกษตรกรรายย่อยได้อย่างยั่งยืน เกิดกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การเรียนรู้ร่วมกัน และเกื้อกูลกันระหว่างเกษตรกร ชุมชน และนักวิจัย ท้ายที่สุดจะทำให้องค์ความรู้จากการวิจัยฝังตัวอยู่ในชุมชน และเกิดการกระจายของความรู้ผ่านการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันของเกษตรกร ซึ่งจะทำให้เกษตรกรรายอื่นๆ ได้รับประโยชน์จากแนวทางของโครงการอีกเป็นจำนวนมาก ในระดับมหภาคส่งเสริมการวิจัยในลักษณะการจัดการองค์ความรู้ เพื่อให้เกิดการต่อยอดองค์ความรู้จากการวิจัย ให้สามารถเป็นความรู้เชิงปฏิบัติที่นำไปสู่การลงทุนเชิงพาณิชย์ของกลุ่มเป้าหมาย จะสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การวิจัยของประเทศที่ต้องการพัฒนาองค์ความรู้และต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์เชิงพาณิชย์และสาธารณะ เพื่อเป็นฐานในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืน

การบริหารจัดการโซ่อุปทาน นำไปสู่ต้นแบบธุรกิจชุมชน เพื่อการบริหารจัดการความเสี่ยง (Risk management) สะท้อนถึงปฏิสัมพันธ์ของปัจจัยนำเข้า (Inputs) กระบวนการ (Process) ที่นำไปสู่ผลผลิต (Outputs) และเส้นทางผลลัพธ์ (Outcome mapping) กัน โดยมีแนวคิดในแต่ละขั้นตอนตามห่วงโซ่ดังนี้ **ห่วงโซ่ที่ 1** (การผลิตไก่ขุน) นำเอาเกษตรกรทฤษฎีใหม่ ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง มาปรับใช้กับหลักการจัดสรรทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลต่อผลิตภาพที่สูงขึ้น (Productivity) เปลี่ยนแปลงการใช้ทุนธรรมชาติ ในการลดต้นทุนการผลิต และประโยชน์ที่เพิ่มขึ้น (Marginal benefits)) สร้างห่วงโซ่คุณค่าพร้อมกับพึ่งพาตนเอง สร้างความเข้มแข็งของธุรกิจ และการบริหารจัดการความเสี่ยง (Risk management) **ห่วงโซ่ที่ 2** (การบริหารจัดการโรงฆ่าสัตว์ปีกชุมชน) ชุมชนสร้างการมีส่วนร่วม และใช้ประโยชน์ร่วมกัน ในการสร้างมูลค่าเพิ่มจากไก่ขุน มีความคุ้มค่าในการลงทุน **ห่วงโซ่ที่ 3** (การแปรรูปผลิตภัณฑ์) สร้างคุณค่า (Value

Creation) ของผลิตภัณฑ์ (ไก่พื้นเมืองประดู่หางดำ) ด้วยคุณค่าสำคัญ 4 ประการ ได้แก่ คุณค่าทางโภชนาการ คุณค่าทางด้านรสชาติ คุณค่าจากระบบการผลิต และคุณค่าจากสวัสดิภาพสัตว์ เพื่อสร้างความแตกต่าง (Differentiation) จากคู่แข่งขั้นที่ผู้บริโภคเต็มใจที่จะจ่าย (Willing to pay) **ห่วงโซ่ที่ 4** (การสร้าง และขยาย โอกาสทางการตลาด) เกิดการแบ่งแยกตลาด (Market creation and segmentation) ด้วยคุณค่า และต้นทุน ที่แตกต่าง นำไปสู่แผนการตลาดจากการสร้างผลิตภัณฑ์ที่แตกต่าง (Products differentiation) และกำหนด ราคา (Price setting) จากคุณภาพ **ห่วงโซ่ที่ 5** (สร้างการรับรู้ การประชาสัมพันธ์ และความพึงพอใจ) สร้าง การรับรู้แก่ผู้บริโภค สามารถตรวจสอบย้อนกลับ (Tracability) ด้วยมาตรฐานฟาร์มเลี้ยง โรงฆ่าสัตว์ปีก ปลอดภัย ความปลอดภัยทางด้านอาหาร (Food Safety)

แผนที่ผลลัพธ์ (Outcome) และผลกระทบ (Impacts) ทางเศรษฐกิจ จากระบบการสร้างอาชีพ การเลี้ยงไก่พื้นเมือง (ประดู่หางดำ) การดำเนินการพัฒนาระบบ และกลไกการสร้างอาชีพการเลี้ยงไก่พื้นเมือง ของโครงการ ตลอดโซ่อุปทานการผลิต (Supply chain) ก่อให้เกิดผลผลิต (Outputs) ทั้งในรูปองค์ความรู้ใน การผลิตไก่พื้นเมือง เครือข่ายการผลิต ปัจจัยสำคัญในพื้นที่ (ทั้งศูนย์คัดเลือกพันธุ์ชุมชนการผลิตพันธุ์ไก่ พื้นเมือง ทั้งพันธุ์แท้และลูกผสม ศูนย์อาหารสัตว์ชุมชน เพื่อให้เกิดการใช้พืชอาหารในพื้นที่ลดการนำเข้า อาหารสำเร็จรูป อันเป็นต้นทุนที่สำคัญในโครงสร้างต้นทุนการผลิต) และผลลัพธ์ (Outcome) ในการเป็น ต้นแบบการสร้างอาชีพการผลิตสัตว์อื่นๆ ที่ประยุกต์ใช้ระบบและกลไกของธุรกิจชุมชนไก่พื้นเมืองสร้าง เครือข่ายการผลิตรายได้ สร้างอาชีพที่ยั่งยืน สร้างเศรษฐกิจหมุนเวียนในชุมชน กว่า 94 ล้านบาท/ปี ซึ่ง เป็นรูปแบบหนึ่งของกระบวนการพัฒนาชนบท สร้างความเข้มแข็งชุมชน(เกษตรผสมผสาน) ก่อให้เกิดการ เปลี่ยนแปลงของชุมชนใน 3 มิติ ได้แก่ **มิติทางด้านเศรษฐกิจ:** การรายได้ที่สม่ำเสมอ และเพียงพอซึ่งเกิดจาก ขนาดการลงทุน รูปแบบการลงทุน สามารถยึดเป็นอาชีพ การสร้างงานในชุมชน การสร้างมูลค่าเพิ่ม **มิติ ทางด้านสังคม:** ชุมชนเกิดการรวมกลุ่ม มีความสัมพันธ์ภายในกลุ่มสร้างเครือข่ายทั้งภายในชุมชนและ ภายนอก ช่วยเหลือเกื้อกูลกัน แลกเปลี่ยนเรียนรู้เทคนิคและเทคโนโลยีใหม่ๆ ในการเพิ่ม สร้างองค์ความรู้ใหม่ๆ โดยยังให้คุณค่ากับภูมิปัญญาท้องถิ่น ลดการพึ่งพาการช่วยเหลือจากนโยบายภาครัฐ นำไปสู่การเปลี่ยนแปลง ในการทำธุรกิจของชุมชนให้สามารถพึ่งพาตนเองและแข่งขันได้ในระยะยาว **มิติทางด้านทรัพยากรและ สิ่งแวดล้อม:** ชุมชนตระหนักถึงคุณค่าและการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในพื้นที่ นำความรู้และเทคโนโลยี ใหม่ๆ มาบูรณาการกับภูมิปัญญาท้องถิ่น ลดต้นทุนการผลิต ลดการนำเข้าปัจจัยจากภายนอก เพื่อการพึ่งพา ตนเอง นำไปสู่การอนุรักษ์ทรัพยากร ธรรมชาติ เช่น พันธุกรรมไก่พื้นเมือง ภูมิปัญญาท้องถิ่น ปรชาญชาวบ้าน รวมไปถึงการรับผิดชอบต่อการดูแลสิ่งแวดล้อมร่วมกันของชุมชน เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนและแข่งขันได้ในระยะ ยาว

อภิปรายผลการศึกษา

ระบบและกลไกการบริหารจัดการโซ่อุปทาน ด้วยรูปแบบธุรกิจชุมชนของเกษตรกรรายย่อย สร้างรายได้ และอาชีพที่ยั่งยืน ที่เกิดเศรษฐกิจหมุนเวียน มูลค่ากว่า 96 ล้านบาทต่อปี สอดคล้องกับการ

ประเมินผลประโยชน์จากการลงทุนเพื่อการวิจัย ซึ่งมูลนิธิสถาบันศึกษานโยบายสาธารณะ(2560) ได้ประเมินโครงการฯ ได้ใช้วิธีการวิเคราะห์ต้นทุนและผลประโยชน์(Costs Benefits Analysis: CBA) โดยกำหนดให้ผลประโยชน์รวมระยะเวลา 15 ปีอัตราคิดลดร้อยละ 7 ผลประเมินความคุ้มค่า พบว่า ผลประโยชน์รวมจากรูปแบบการเลี้ยง 3 รูปแบบในปีแรก มูลค่า 1,899,646.53 บาท มูลค่าผลประโยชน์ในปีที่ 3 ปีที่ 3 และปีที่ 4 มูลค่า 26,795,305.50 บาท 68,473,328 บาท และ 93,262,632 บาท ต้นแบบธุรกิจชุมชนที่ให้ความสำคัญการใช้ทรัพยากรในพื้นที่ ภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยการสร้างทางเลือกที่เหมาะสมกับเงื่อนไขเศรษฐกิจสังคม และทรัพยากรในพื้นที่ ยังสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ประเทศไทย 4.0 และเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน(Sustainable Development Goals :SDGs) ของสหประชาชาติที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาอาชีพปศุสัตว์ของเกษตรกรรายย่อยเพื่อการพัฒนาชุมชนเกษตรกรรมในชนบทที่ยั่งยืนตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อการขับเคลื่อนการพัฒนาชุมชนด้วยต้นแบบธุรกิจชุมชนที่สร้างเศรษฐกิจหมุนเวียนได้อย่างยั่งยืน

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณเกษตรกร นักวิจัย นักวิชาการ ตลอดจนผู้ที่เกี่ยวข้อง ที่ได้ร่วมกันในการพัฒนาการวิจัยด้วยความทุ่มเท จนเกิดองค์ความรู้ที่เป็นรูปธรรม สามารถนำไปสู่การใช้ประโยชน์เชิงสาธารณะ ขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้อำนวยการฝ่ายเกษตร ทุกๆ ท่าน ขอขอบคุณสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.) และที่ให้การสนับสนุนงบประมาณเพื่อการวิจัยอย่างต่อเนื่อง

เอกสารอ้างอิง

- การบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ (การประยุกต์ทฤษฎีสู่การปฏิบัติ) [ออนไลน์] สืบค้นจาก <http://kalai.exteen.com/20051121/entr>
- กรมปศุสัตว์. 2553. “**ไก่พื้นเมือง** (พันธุ์ประดู่หางดำเชียงใหม่) ”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา [http://www.dld.go.th/biodiversity/chm/province local/Chiangmai.html](http://www.dld.go.th/biodiversity/chm/province%20local/Chiangmai.html)
- กชพร ศิริโกคากิจ และอำนวย อินแก้ว.2560. **รูปแบบการเลี้ยงไก่ประดู่หางดำเพื่อความมั่นคงชุมชนและเป็นรายได้เสริมในระบบเกษตรอินทรีย์ที่มีการจัดการแบบ Zero waste** รายงานการวิจัย. เชียงใหม่: สำนักงานสนับสนุนการวิจัย.
- จรัส ใจลังกา, ชัยณรงค์ วงศ์สรศรี, และวุฒิชัย ลัดเครือ.2560 .**การพัฒนาตลาดและแปรรูปผลิตภัณฑ์ไก่พื้นเมืองประดู่หางดำ**.รายงานการวิจัย. กรุงเทพฯ กรมปศุสัตว์และและกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) .
- ฉัตรทิพย์ นาถสุภา. 2554 **เศรษฐกิจหมู่บ้านไทยในอดีต** (พิมพ์ครั้งที่ 7) กรุงเทพฯ
- มิ่งสรรพ ขาวสอาด และคณะ .2560 . **ประเมินความคุ้มค่าของโครงการวิจัยและพัฒนา ภายใต้สำนักบริหารส่งเสริมการวิจัยในอุดมศึกษาและพัฒนามหาวิทยาลัยวิจัยแห่งชาติ**. เชียงใหม่: มูลนิธิสถาบันศึกษานโยบายสาธารณะ.
- ณรงค์ วีรารักษ์, บัณฑิต กิตติการกุล และชนิษฐา ศรีนวล.2560. **การบริหารจัดการระบบการเลี้ยงไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่ในระบบเลี้ยงปล่อยธรรมชาติพื้นที่จังหวัดแม่ฮ่องสอน** **สู่มาตรฐานฟาร์มไก่พื้นเมืองและการสร้างแบรนด์ของเกษตรกร** .รายงานการวิจัย. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) .
- นพพร วายุโชติ, นิติ เทียงจันตา, สุวิทย์ โชตินันท์ และสมชาย วงศ์สุรศักดิ์.2560.**การส่งเสริมอาชีพการเลี้ยงไก่ประดู่หางดำอย่างยั่งยืนของกลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่พื้นเมืองอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่โดยใช้อยุทธศาสตร์การผลักดันทางการตลาดในระดับชุมชนและระดับบน** รายงานการวิจัย. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
- ดิเรก ฤกษ์ห่วย.2527 **การพัฒนาชนบท:เน้นการพัฒนาสังคมและแนวคิด ความจำเป็นพื้นฐาน**. กรุงเทพฯ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ทวีศักดิ์ เทพพิทักษ์. 2552. **การจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน**. ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: เอ็กสเปอร์เน็ท. ธาราคารไทยพาณิชย์. 2559. “Food Tech เครื่องจักรใหม่ในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมอาหาร”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.scbeic.com/th/detail/product/2053> (23 มิถุนายน 2559).

ธีระยุทธ ชาวุฒิและภัทรกร ชื่นโกมล.2560.การพัฒนาระบบการผลิตไก่ประดู่หางดำของกลุ่มเกษตรกร
เครือข่ายในพื้นที่จังหวัดเพชรบุรีสู่การผลิตระบบอินทรีย์ รายงานการวิจัย.สำนักงานสนับสนุนการ
วิจัย.

บัญญัติ เหล่าไพบูลย์ .2561 การปรับปรุงพันธุ์และการคัดเลือกพ่อแม่พันธุ์ เอกสารประกอบการบรรยาย
คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ปวีณา เขาวลิตวงศ์. 2548. นิยามธุรกิจ ห่วงโซ่อุปทาน การบริหารการผลิตการจัดการงานผลิตและบริการ .
[ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา: www.ismed.or.th (30 ธันวาคม 2558).

ปรีชา เปี่ยมพงศ์สานต์. 2557 นิเวศวิทยาวัฒนธรรม เศรษฐกิจสีเขียวและชุมชนรากหญ้า:ทฤษฎี
เศรษฐศาสตร์สถาบันของELINOR OSTROM.กรุงเทพฯ:โครงการปริญญาโทเศรษฐศาสตร์การเมือง
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประเวศ วะสี. 2561 ”ชุมชนเข้มแข็ง”หัวใจยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศ <http://www.sarmatcha>
มนต์ชัย ดวงจินดา และบัญญัติ เหล่าไพบูลย์ (2558) ไก่พื้นเมืองไทย; อดีต ปัจจุบันและอนาคต แก่นเกษตร
ฉบับที่ 40;309-312

สฤณี อาชวานันทกุล และภัทราพร แยมลลอ. ม.ป.ป. คู่มือการประเมินผลลัพธ์ทางสังคม (Social Impact
Assessment) และผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (Social Return on Investment:
SROI) [ระบบออนไลน์].แหล่งที่มา: [http://www.fringer.org/sites/default/samples/asia-](http://www.fringer.org/sites/default/samples/asia-handbook.pdf)
[handbook.pdf](http://www.fringer.org/sites/default/samples/asia-handbook.pdf) (20 เมษายน 2561)

ศิริพันธ์ โมราถบ อำนวย เลี้ยวธารากุล และสวัสดิ์ ธรรมบุตร .2539. การผสมพันธุ์และคัดเลือกพันธุ์ไก่เนื้อ
พื้นเมือง สถานีบำรุงพันธุ์สัตว์มหาสารคาม ประมวลเรื่องการประชุมวิชาการปศุสัตว์ ครั้งที่ 15
ประจำปี 2539 กรมปศุสัตว์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ หน้า 178-192

ศิริพร กิตติการกุล 2560. ระบบการสร้างอาชีพการเลี้ยงไก่ประดู่หางดำแก่เกษตรกรรายย่อยอย่างยั่งยืน
รายงานการวิจัย สำนักงานสนับสนุนการวิจัย (สกว.) กรุงเทพฯ

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2556.การศึกษาเศรษฐกิจสินค้าเกษตรเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคม
เศรษฐกิจอาเซียน (AEC)ในราชอาณาจักรกัมพูชา สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวและ
สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ กรณีศึกษาสินค้าปศุสัตว์. กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

สัณชัย จิตฺรสิทธา, ศุภฤกษ์ สายทอง, อังคณา ผ่องแผ้ว,ทัศนีย์ อภิชาติสร่างกุล และอำนวย เลี้ยวธารากุล.
2556. คุณภาพซากและเนื้อของไก่พื้นเมืองและสายพันธุ์ลูกผสม 4 สายพันธุ์. รายงานการวิจัย.
กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

สุวิทย์ โชติฉินนุ, สุรเชษฐ์ ปิ่นทิพย์, สมบัติ ศุภประภากร และกมล ชัยอำมิต.2560.การใช้แนวทางสห
วิทยาการและการมีส่วนร่วมเพื่อการจัดการผลิตไก่ประดู่หางดำตลอดห่วงโซ่การผลิตเพื่อสร้าง
ความยั่งยืนของอาชีพการเลี้ยงไก่ประดู่หางดำในอำเภอทุ่งช้าง จังหวัดน่าน รายงานการวิจัย.
เชียงใหม่: สำนักงานสนับสนุนการวิจัย.

- สุพล ปานพาน, พรพิมล บุญวงศ์ และไชยนิรันดร์ สุนันต์ตะ.2560.ผลการพัฒนาการเลี้ยงไก่ประดู่หางดำสู่การเลี้ยงระบบอินทรีย์ของเกษตรกรรายย่อย จังหวัดเชียงราย. รายงานการวิจัย. กรมปศุสัตว์และและกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) .
- อำนาจ เลี้ยวธารากุล, ศิริพันธ์ โมราถบ และศิริพร ตงศิริ. 2553. ไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่ 1. กรุงเทพฯ: กรมปศุสัตว์ และกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) .
- อุดมศรี อินทรโชติและคณะ (2553) ไก่พื้นเมืองประดู่หางดำแดง เหลืองหางขาว ซี.กรุงเทพฯ กรมปศุสัตว์ และกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
- อำนาจ เลี้ยวธารากุล, ศิริพันธ์ โมราถบ และศิริพร ตงศิริ. 2553. ไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่ 1. กรุงเทพฯ: กรมปศุสัตว์ และกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) .
- อำนาจ เลี้ยวธารากุล, ชาตรี ประทุม และศิริพันธ์ โมราถบ. 2553. ผลผลิตไข่และต้นทุนการผลิตลูกไก่พื้นเมืองประดู่หางดำเชียงใหม่ 1 ที่เลี้ยงในกรงตับ. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://journal.agri.cmu.ac.th/pdf/J00109_C00718.pdf
- อำนาจ เลี้ยวธารากุล. 2552. ระบบการผลิตและการรับรองพันธุ์ไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่ 1 ของฟาร์มเครือข่าย . [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://elibrary.trf.or.th/project_content.asp?PID=RDG5220063 (10 พฤษภาคม 2560) .
- Kurt Lewin .1996. Kurt Lewin's Change Theory in the Field and in the Classroom: Notes Toward a Model of Managed Learning
- Peter M. Senge. 2006. The Fifth Discipline. Doubleday a division of Random House, Inc. The United State of America.
- Richard H.Taylor, Cass R. Sunstein. 2008. Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth, and Happiness

ภาคผนวก

จำนวนเกษตรกรในโครงการย่อย ฯ ภายใต้ชุดโครงการ

"การเสริมสร้างความเข้มแข็งระบบการสร้างอาชีพการเลี้ยงไก่ประดู่หางดำสำหรับเกษตรกรรายย่อย"

1. โครงการ: “โครงการส่งเสริมการตลาดไก่ประดู่หางดำของเกษตรกรรายย่อยจังหวัดเชียงราย เพื่อสร้างอาชีพและรายได้อย่างยั่งยืน...”

หัวหน้าโครงการ: นายสุพล ปานพาน

อำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงราย จำนวน 30 ราย					
1	นายตีบ	บั้งเงิน	16	นายแก้ว	กาจันะ
2	นางอัมพร	พลฤทธิ์	17	นายธนภัทร	วันดี
3	นางบัวออน	สุขเกษม	18	นางกำไลทิพย์	สิทธิชนแก้ว
4	นางจันทร์เป็ง	ปิ่นจันทร์	19	นายเฉลิม	สุขเกษม
5	นายภัทรพงศ์	นัยตีบ	20	นายเจียม	ทาวัน
6	นางบาง	ถาคำ	21	นายสรินทร์	ทาแกง
7	นายเป็ง	ธิยะคำ	22	นายประสงค์	อุ้นทิพย์
8	นายวุฒิสักดิ์	คำสมุทร	23	นายสุรพงษ์	มณีวรรณ
9	นายแสวง	โพธิยะ	24	นายสุขแก้ว	มณีจันทร์สุข
10	นางอารีย์	เรือนคำ	25	นายเชิดชัย	แสงสุข
11	นายต้น	ปงรังสี	26	นายบุญชวน	มะลียโย
12	นายองอาจ	สุขเกษม	27	นายอินทร์	นัยตีบ
13	นายวรากร	มันุก	28	นายวีระเดช	นัยตีบ
14	นายสีสุข	ปาฟาง	29	นายเครื่อง	ธรรมจักร
15	นายสมาน	เป็งเขียว	30	นายเหรียญ	ธรรมจักร

2.โครงการ: "การพัฒนาเครือข่ายเกษตรกรเลี้ยงไก่พื้นเมืองประจําทางดําและระบบทวงโซ่อุปทานเพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันขอโครงการเศรษฐกิจชุมชน: กรณีศึกษา "น่านโมเดล"."

หัวหน้าโครงการ: ผศ.น.สพ.ดร.สุวิทย์ โชติฉันท

อำเภอทุ่งช้าง จังหวัดน่าน จำนวนเกษตรกร 41 ราย					
1	นายสฤติย์	ตันชูชีพ	21	นางบุญเที่ยง	ใจเสมอ
2	นางผ่าน	จันทะวงศ์	22	นางแจ่มใส	เสียงทอง
3	นางพรทิพย์	ร้อนทอง	23	นายณรงค์สิทธิ์	สิทธิยศ
4	นางทองจันทร์	สมแสง	24	นางเฉลียว	ปิ่นตามัย
5	นางรัฐจวน	ด๊ะหล้า	25	นายสุพงษ์	เทพอิน
6	นางวันเนา	แสงจันทร์	26	นางวิไล	พรมตา
7	นางปิ่นแก้ว	โทบุรินทร์	27	นางสุพัตรา	ไร่พุทธา
8	นางบัวเผย	บุตรราช	28	นางบุญเถียน	ขัติยะปัญญา
9	นางอัมพร	เทพเชน	29	นางนุชจิรา	นาระทะ
10	นายธนโชติ	ประดับหิน	30	นางจันทร์	ทันยะ
11	นายปกรณ์รัตน์	ศิริวิทยานันท์	31	นางบัวผา	ใจเย็น
12	นางเมือง	วัดคา	32	นางรัตนา	อินตะนาม
13	นางละเอียด	จันทะวงศ์	33	นางจันทร์เพ็ญ	ขันธุ์น้อย
14	นายสำรว	ตันชูชีพ	34	นางศรีพรรณ	โนนิล
15	นางสมหมาย	อนุสินธุ์	35	นางรัตสุวรรณ	บัวสำราญ
16	นายถวิล	เสียงทอง	36	นางนฤมล	อ้อยงาม
17	นายคำเสาร์	ศาลาคาม	37	นายครรชิต	เสียงทอง
18	นายปรีชา	ร้อนทอง	38	นางจินดา	ช่วยนา
19	นางเจือ	คำรังสี	39	นายทองคำ	ไชยและ
20	นางพัทธธีรา	ธนนท์ภีรพงษ์	40	นายเครือวรรณ	บัวสำราญ

3.โครงการ: “การพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าและกลยุทธ์การขับเคลื่อนทางการตลาดเพื่อเพิ่มศักยภาพการบริหารจัดการและการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนเลี้ยงไก่ประดู่หางดำบ้านหลวง อำเภोजอมทอง จังหวัดเชียงใหม่”

หัวหน้าโครงการ: น.สพ.นพพร วายุโชติ

อำเภोजอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ เกษตรกรจำนวน 20 ราย		
1	นายคำ มะหิงสา	14 นางสาวณิชาภัทร มะหิงสา
2	นางสาวอนิจ ทองก้อนสิงห์	15 นายสมพงษ์ โพธิ์เกตุ
3	นางอมรรัตน์ วงศ์เทพ	16 นายจันตา ด้วงเชียง
4	นายสาวาท แก้วสิทธิ์	17 นายพล หมื่นใจ
5	นายเลิศ จันทิมา	18 นายสะอาด แสงผล
6	นางอุษา ด้วงเขียว	19 นายดิเรก เงินคำคง
7	สท. ปัญญา ลำยู	20 นางจันทร์สม นันตาเป็ง
8	นายยุทธ ด้วงเขียว	21 นางสาวหนึ่งฤทัย ลุนละวัน
9	นายนิติ เทียงจันตา	22 นางสาวนันท์นภัส สุขเปียง
10	นายเมธี บุญเมือง	23 นางกาญจนา ปินตาคง
11	นายอินคำ เตจันวันโน	24 นายศรวิรรณ อุดนวงค์
12	นายธน รินใจ	25 นายสมชาย ก้อนทองสิงห์
13	นางดวงดี ฝายนันตา	

4. โครงการ: การบริหารจัดการเพื่อสร้างเครือข่ายการผลิต การตลาดไปะระดูทางด้าแบบ Zero waste ของ
ชุมชนแพะป่าหัว

หัวหน้าโครงการ: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กชพร ศิริโคคาภิจ

อำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่ เกษตรกรจำนวน 10 ราย	
1 นายอำนวย	อินแก้ว
2 นายบุญรัตน์	เก่งกาจ
3 นายสิงห์คำ	ขยัน
4 นายบุญธรรม	ดวงจันทร์
5 นายศรีทน	ขยัน
6 นายดีะ	ดวงจันทร์
7 นายทองสุข	จันทร์
8 นางสาวจันทร์	พิสัย
9 นายศรีนวล	กำจา
10 นายเสงี่ยม	ล่าอาย

5.โครงการ: "การศึกษาการบริหารจัดการเชื่อมโยงระบบการผลิต และการตลาดไปะระดูทางด้าของกลุ่ม
เกษตรกร อำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน"

หัวหน้าโครงการ: นายณรงค์ วีรารักษ์

อำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน เกษตรกรจำนวน 12 ราย	
1 นางเกสร	หล้าวงศ์
2 นางวันธร	โอ๊ะเรือนแก้ว
3 นายศิริ	โอ๊ะเรือนแก้ว
4 นายธงชัย	โอ๊ะเรือนแก้ว
5 นายเสริม	เปี้ยวอาย
6 นางอังคณา	เขียวอ่อน
7 นางอำพัน	แก้วตา
8 นางจันทร์แดง	แก้ววงศ์มูล
9 นายพล	วารีสไ
10 นายถนอม	สิงห์พรหม
11 นายสุชาติ	ส่วยนุ
12 นางมุกดาวัลย์	บุญชาญ

6.โครงการ: "การเสริมสร้างความเข้มแข็งการผลิต และตลาดไก่พื้นเมือง (ประดู่หางดำ) ของเกษตรกรรายย่อย
ในพื้นที่จังหวัดเพชรบุรี".

หัวหน้าโครงการ: น.สพ.ธีระยุทธ ชาววุฒิ

จังหวัดเพชรบุรี เกษตรกรจำนวน 48 ราย					
1	นายสำรอง	แดงพลับ	25	นายไสว	ขาวสนิท
2	นายเพน	เทศสาลี	26	นางสมปอง	ทองมาก
3	นายสมศักดิ์	นรสิงห์	27	นางสมปอง	ดิษฐ์ยิ้ม
4	นายอเนก	แก้วยะ	28	นายพิเชษฐ์	วรรณขำ
5	นางสาวจำเนียร	สิงห์โตทอง	29	นายบุญส่ง	ชะเอม
6	นายมัน	จันทร์สุขโข	30	นางเกา	สัตบุตร
7	นางสุนันท์	แดงพลับ	31	นางเรียม	ปานขำ
8	นางลำยอง	แสงทอง	32	นางรอน	วรรณขำ
9	นางสาววิภาณันต์	อินจันทร์	33	นายศิริพงษ์	ศรีบุญเรือง
10	นายเชียร	สาระเห็ด	34	นายสายชล	วรรณขำ
11	นางสาวอุษา	เนียมศรี	35	นางเบญจวรรณ	มาลีเนตร
12	นายเชาว์	แดงอ่อน	36	นางสำเนียง	เกิดเกษม
13	นายสุดใจ	ยาหอมจิต	37	นางนวล	แสนสวัสดิ์
14	นายสัญญา	เมืองสมัย	38	นายวอน	ม่วงทับ
15	นายทัน	ทองปล้อง	39	นางสาวช่อนกลิ่น	นกกาม
16	นางสาวผืน	กลัดเข็มทอง	40	นางสุทิน	จิตรระวัง
17	นายบุญทิพย์	ทองปล้อง	41	นางโสธญา	คงแจ่ม
18	นางลำดวน	เทียนทอง	42	นางเฟื่อน	หอมโชติ
19	นางวน	โพธิ์ทอง	43	นางเนตรนภา	มีดี
20	นางเทียน	ทองปล้อง	44	นางสาวเชื่อน	ฉิมเชื้อ
21	นางประทิว	ทองมาก	45	นางสาวอารียา	พานเพชร
22	นางฉันยา	หอมจิต	46	นางสาวน้ำอ้อย	รักชาติ
23	นางลำไย	ทองมาก	47	นางศิริลักษณ์	เพิ่มทวี
24	นายอุ้น	โพธิ์ทอง	48	นางสาวสุดใจ	สุริวงศ์

7.โครงการ: แนวทางการสร้างความเข้มแข็งและพึ่งพาตนเองของเครือข่ายเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ประดู่หางดำ.

อำเภอพาน จังหวัดเชียงราย.

หัวหน้าโครงการ: นายชัยณรงค์ วงศ์ สรรศรี

อำเภอพาน จังหวัดเชียงราย เกษตรกรจำนวน 41 ราย					
1	นายประยูร	ณ สุนทร	22	นายวรรณัย	ปาเรียน
2	นายชัยณรงค์	อุ่นมาก	23	นางยุพิน	จุ่มปาเกียง
3	นายณรงค์เดช	วุฒิโรธง	24	นายผัด	ดวงวรรณา
4	นายทะยา	สินทุการ	25	นางเบจมาศ	อินบุญ
5	นายสมนึก	ชัยชมพู	26	นายอภิวัตร	ธรรมโก
6	นายแสง	กันคำ	27	นายรุ่งอรุณ	ไชยหลวง
7	นายสมบูรณ์	ปิ่นแก้วนาง	28	นายประยูร	สายหล้า
8	นายอนุศักดิ์	ทองชีว	29	นางสายคำ	มาจันทร์
9	นายศิลา	โพธิสุข	30	นายพินิจ	ชัยรัตน์
10	นายเริงชัย	ชาวเมือง	31	นายประยูร	ชัยนนดี
11	นายอริวัตร	ธรรมโก	32	นายมูล	พรมตัน
12	นางพิมพ์พร	ชันจันแสง	33	นางภักดี	สุเป็ง
13	นางเรณู	แปงเมือง	34	นางวาสนา	อุ่นมาก
14	นายสุทนต์	แสนบุญยืน	35	นายณัชนนท์	จุ่มปาเกียง
15	นางศิริลักษณ์	ชัยวงศ์	36	นางกัลยา	กันจินะ
16	นางธัญญา	มีมา	37	นายชัย	กันจินะ
17	นางจันทนา	พวงยอด	38	นายทอน	จุ่มปาเกียง
18	นายปิ่นแก้ว	หล้าเตียง	39	นายเสริม	กันจินะ
19	นายสุริยา	ผาคำ	40	นางสาวเบญจมาศ	อินทร์บุญ
20	นายภาคิน	พรมวงศ์	41	นายอาทิตย์	รัศมี
21	นางอำไพ	สำราญสุข			