

การศึกษาระบบการผลิตและการตลาดไก่พื้นเมืองในพื้นที่จังหวัดมหาสารคาม
Study on the System of Production and Marketing of Thai Native Chicken
In Mahasarakham Province

อุไร แสนคุณท้าว^{1/}, ชัชวาล ประเสริฐ^{2/} และเกชา นนตา^{3/}
Urai Saenkhunthow^{1/} Chatchawan Prasert^{2/} and Kecha Nonta^{3/}

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของงานวิจัยครั้งนี้เพื่อศึกษาระบบการผลิตและการตลาดไก่พื้นเมืองในพื้นที่จังหวัดมหาสารคาม โดยใช้แบบสัมภาษณ์เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่พื้นเมือง ในพื้นที่ 13 อำเภอ จำนวน 400 ราย ผู้รวบรวมคำขาย จำนวน 25 ราย และประชาชนผู้บริโภคทั่วไป จำนวน 400 ราย พบว่า ส่วนใหญ่เลี้ยงไก่พื้นเมืองเป็นอาชีพเสริม (ร้อยละ 99.00) เป็นเกษตรกรรายย่อยที่มีแม่พันธุ์ไม่เกิน 5 ตัว (ร้อยละ 56.75) เพื่อบริโภคภายในครัวเรือน (ร้อยละ 94.50) เนื่องจากเนื้อ มีรสชาติอร่อย (ร้อยละ 25.07) มีประสบการณ์เลี้ยงดูไก่พื้นเมืองมากกว่า 10 ปี (ร้อยละ 76.25) โดยมีรูปแบบการปล่อยเลี้ยงอิสระทั่วไป (ร้อยละ 61.50) ไม่มีรั้วป้องกันอันตราย (ร้อยละ 58.97) และปล่อยให้จับคู่ผสมพันธุ์กันเองตามธรรมชาติ (ร้อยละ 88.75) จึงส่งผลให้ไก่พื้นเมืองส่วนใหญ่เป็นพันธุ์ลูกผสม (ร้อยละ 86.00) แม่พันธุ์ไก่พื้นเมืองให้ผลผลิตไข่เฉลี่ยปีละ 3.35 ชุดๆละ 11.20 ฟอง แม่ไก่ฟักไข่และเลี้ยงลูกเองตามธรรมชาติ (ร้อยละ 98.00) ไม่มีการจัดการอนุบาลลูกไก่ (ร้อยละ 72.50) อัตราการให้ลูกรอดชีวิตเฉลี่ยปีละ 29.66 ตัวต่อแม่ ทั้งนี้มีโรงเรือนแข็งแรงถาวร (ร้อยละ 58.75) มีวัสดุที่ให้น้ำและอาหารเพียงพอ (ร้อยละ 80.00) มีคอนสำหรับเกาะนอน (ร้อยละ 88.75) และมีรังไข่เพียงพอ (ร้อยละ 97.25) แต่ให้หากินเองตามธรรมชาติเป็นหลัก แล้วเสริมด้วยอาหารชั้นเพียงเล็กน้อย (ร้อยละ 60.50) วันละ 2 ครั้ง เช้าและเย็น (ร้อยละ 80.00) ใช้สูตรอาหารเดียวกันทั้งฟาร์ม (ร้อยละ 89.00) นิยมใช้ข้าวเปลือกเป็นวัตถุดิบอาหารสัตว์ (ร้อยละ 40.42) ใช้น้ำประปาในฟาร์ม (ร้อยละ 46.33) โดยมีต้นทุนการผลิตส่วนใหญ่เป็นค่าอาหารสัตว์เฉลี่ยปีละ 506.92 บาท (ร้อยละ 56.82) การปฏิบัติเมื่อนำสัตว์ปีกเข้าฟาร์มมีการกักโรคก่อน (ร้อยละ 54.00) ไม่เคยทำวัคซีน (52.00) เมื่อสัตว์ป่วยรักษาด้วยตนเอง (ร้อยละ 46.25) ส่วนใหญ่อาการขนหยองและแคะแกรน (ร้อยละ 26.64) เนื่องจากไม่เคยถ่ายพยาธิภายใน (ร้อยละ 60.50) และไม่เคยกำจัดพยาธิภายนอก (ร้อยละ 75.25) ปัญหาที่เกษตรกรประสบมากที่สุด ได้แก่ ขาดความรู้ด้านการสุขาภิบาล ป้องกัน และรักษาโรคสัตว์ (ร้อยละ 81.00) การปรับปรุงพันธุ์ (ร้อยละ 78.00) การจัดการด้านอาหารสัตว์ (ร้อยละ 67.50) การวางแผนการผลิตและการตลาด (ร้อยละ 46.00)

ระบบการตลาดไก่พื้นเมืองในพื้นที่จังหวัดมหาสารคาม เป็นตลาดที่มีการซื้อขายกันเองในชุมชน ผู้ผลิตเป็นเกษตรกรรายย่อย มีวัตถุประสงค์ในการเลี้ยงไว้เพื่อบริโภคภายในครัวเรือน จึงขาดความเอาใจใส่ในการอนุบาล การสุขาภิบาล การจัดการด้านอาหาร และการวางแผนการผลิต จึงทำให้ประสิทธิภาพการผลิตต่ำ ผลผลิตมีปริมาณและคุณภาพไม่แน่นอน แต่เกษตรกรยังสามารถกำหนดราคาขายได้เอง โดยจะจำหน่ายไก่พื้นเมืองมีชีวิต

น้ำหนักเฉลี่ยตัวละ 1.41 กิโลกรัมๆละ 74.06 บาท ให้กับผู้บริโภคส่วนใหญ่ในชุมชน ในขณะที่มีผู้รวบรวมค้าขาย เป็นเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่พื้นเมืองที่หันมาประกอบอาชีพเสริมเป็นผู้รวบรวมและฆ่าตนเอง เฉลี่ยเดือนละ 185.24 ตัว โดยจะจำหน่ายให้กับผู้ค้ารายอื่นและผู้ประกอบการร้านอาหารในราคาเฉลี่ยกิโลกรัมละ 120 บาท ส่วนใหญ่ จำหน่ายเองให้กับผู้บริโภคในตลาดชุมชนราคาเฉลี่ยกิโลกรัมละ 145 บาท ดังนั้น วิธีการตลาดไก่พื้นเมืองในพื้นที่ จังหวัดมหาสารคามจึงเริ่มจากเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่พื้นเมืองทำการผลิตเพื่อบริโภคในครัวเรือน เหลือจึงจำหน่าย เป็นไก่มีชีวิตให้กับผู้บริโภคในชุมชน (ร้อยละ 46.60) พ่อค้าผู้รวบรวมในชุมชน (ร้อยละ 29.49) เครือข่ายเกษตรกร (ร้อยละ 24.28) ในขณะที่ผู้ค้าขายรวบรวมรับซื้อไก่พื้นเมืองมีชีวิตมาทำการฆ่าและจำหน่ายให้ผู้บริโภคโดยตรง ในตลาดชุมชน (ร้อยละ 92.60) และผู้ค้าขายไก่ฆ่าและสดไปจำหน่ายอีกทอดให้กับผู้บริโภคในตลาดชุมชน (ร้อยละ 3.70) และผู้ประกอบการร้านอาหาร (ร้อยละ 3.70) ทั้งนี้ ผู้รวบรวมค้าขายประสบปัญหาจากอายุ และ น้ำหนักไก่พื้นเมืองที่รวบรวมได้ไม่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค (ร้อยละ 48.60)

ประชาชนในจังหวัดมหาสารคาม ส่วนใหญ่เคยบริโภคไก่พื้นเมือง (ร้อยละ 98.25) เป็นอาหารประเภท ต้ม (30.72) เฉลี่ยเดือนละ 1.33 ตัวต่อคน เมื่อรับประทานแล้วรู้สึกชื่นชอบและอยากรับประทานอีก (ร้อยละ 53.44) หากมีร้านค้าจำหน่ายใกล้บ้านจะซื้อไปบริโภค (76.75) โดยมีความต้องการซื้อเป็นอาหารประเภทปรุงสุก ใหม่ที่พร้อมรับประทานได้ทันที (43.45) ทั้งนี้ ประชาชนมีทัศนคติให้ความสำคัญต่อการบริโภคอาหารที่ทำจาก เนื้อไก่พื้นเมืองมากที่สุด 3 ปัจจัย ได้แก่ รสชาติความอร่อย (ค่าเฉลี่ย 4.52) ความสะอาดปลอดภัยได้มาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 4.29) และราคาที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.28) ทั้งนี้ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ มีผลทำให้ทัศนคติการให้ความสำคัญต่อการบริโภคไก่พื้นเมืองแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติ ($P < 0.05$)

ทะเบียนวิชาการเลขที่: 60(2)-0216(4)-028

^{1/} ศูนย์วิจัยและพัฒนาการปศุสัตว์ที่ 4 ตำบลแวงนาง อำเภอมือเมือง จังหวัดมหาสารคาม 44000

^{2/} สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดเพชรบูรณ์ อำเภอมือเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์ 67000

^{3/} สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดมหาสารคาม ถนนเลี้ยวเมือง ตำบลแวงนาง อำเภอมือเมือง จังหวัดมหาสารคาม 44000

คำสำคัญ : ระบบการผลิต, ระบบการตลาด, ทัศนคติ, การบริโภค, ไก่พื้นเมือง, จังหวัดมหาสารคาม

ABSTRACT

The purpose of the project study the system of production and marketing of Thai native chicken in Mahasarakham province. The respondents, 400 farmers raising Thai native chicken, 25 middle men and 400 consumers in 13 districts of Mahasarakham province were interviewed using structured questionnaire to validate answers in the interview.

It has been found that majority of the farmers raising Thai native chicken was their sideline job (99.00%). They raised Thai native chickens on a smallholder not more than 5 hens. 61.50% was raised in an open area, 58.97% has been allowed access to the area without enclosed fencing. Most of the breed was crossbred (86%). Breeding was done by allowing the natural mating (88.75%) that resulted to crossbreeding (86.00%). Hen lays eggs at the average of 3.35 times a year yield 11.20 eggs per times, hen hatches and raises its chicks itself naturally (98%). There is no chicks nursery management (72.50%) yielded chick rate (29.66 chicks/hen). Supplied with durable permanent housing (58.75%), with sufficient materials for feeding and watering (80%), perches (88.75%) and nests (97.25%) find feeds naturally by itself. The feeds is supplemented with a little feed concentrate (60.50%) twice a day every morning and evening (80%). The same formula supplied on the farm (89%), paddy is the common feed ingredient used, (40%), water supply used for watering (46.33%) mostly, chicken capital production for feed has average price of 506.92 baht/year (56.86%). When the poultry brought to the farm, they were quarantined (54.00%), and were unvaccinated (52%). If the animals have health problems, the farmer himself treats them (46.25%), most symptoms were dwarf and with ruffled feathers (26.64), because the internal parasites were not dewormed (60.50%), and the external parasites were not eliminated (75.25%). Most problems that the farmers encountered were the following: lack of knowledge on sanitation, animal disease protection (81%), animal disease treatment (81.00%), animal breeding (78%), feed management (67.50%), production planning and marketing (46.00%). Marketing Thai native chicken system in Mahasarakham province is a market where there is purchasing in the community. The producer is a smallholder farmer who has the aim to raise for the household consumption. Therefore, there is a lack of ample attention to chicks nursery, sanitation, feed management and planning production that make low efficiency of production. That resulted to the uncertain amount and quality of the products. The farmer himself can set up the price by selling live native chicken at the average

weight (1.41 kg/bird) at the price of 74.06 baht/kg which is sold to consumers in the community. While the farmer-wholesale dealer is a farmer who raises native chicken whose job deals as dealers and do the dressing in the average of 185.24 bird/month by selling to other merchants and restaurant owners in the average price of 120 baht/kg. Mostly the farmers himself sold the chickens to the consumers in the community in the average price of 145 baht per kilo. The marketing of Thai native chickens in the area of Mahasarakham province started from native chicken farmers for production to the household consumption. If there is left, the live chickens are sold to the consumers in the community (46.60%), for wholesale dealers in the community (29.49%) and for farmer's network (24.28%). The wholesale dealers bought live Thai native chickens and were dressed and sold to the consumers in the community market 92.60% , and both merchants and restaurant owners 3.70%. Whilst, market traders encountered problems with the age and body weight of chicken did not agree with the consumer's requirements 48.60%. Majority of people in Mahasarakham province consumed Thai native chicken (98.25%) made for soup recipe (30.72) average 1.33 birds/ a month per person. The consumer likes the taste and there is the tendency to have some more after eating 53.44%. If there are food outlets nearby the consumer's dwelling, they have the desire to have more (76.05%), and consumer wants to buy finished meals for it is quick and convenient to eat (43.45%). The people have the attitude to prioritize to food consumption of native chicken meat for the following three factors: the good taste and leanness with the average of 4.52, cleanliness and safety with the average 4.29 and the reasonable price with the average of 4.28. Demographic factors such as gender, age, education, occupation and income have resulted in consumption habits differ statistically significantly ($P < 0.05$).

Keywords: Production , Marketing System, People's Attitude, Consumption, Thai Native Chicken

บทนำ

ไก่พื้นเมืองเป็นแหล่งอาหารโปรตีนคุณภาพดีที่มีความสำคัญต่อสุขภาพของคนในชุมชน เนื้อและไข่ได้รับการยอมรับว่าเป็นเนื้อที่มีรสชาติดี และปลอดภัยจากการตกค้างของสารปฏิชีวนะต่างๆด้วยวิธีการเลี้ยงแบบพื้นถิ่น จึงเป็นที่ต้องการของตลาดผู้บริโภคส่งผลให้ราคาเนื้อไก่พื้นเมืองสูงกว่าเนื้อไก่ทั่วไป 2-3 เท่า โดยเฉพาะในบางช่วงของเทศกาลสำคัญ อาทิเช่น ปีใหม่ และตรุษจีน เป็นต้น ประเทศไทยมีเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่พื้นเมืองทั้งหมด 2,345,114 ครัวเรือน ประชากรไก่พื้นเมือง 72,617,407 ตัว ส่วนใหญ่อยู่ในพื้นที่ปศุสัตว์เขต 3 รองลงมาอยู่ใน

พื้นที่ปศุสัตว์เขต 4 จำนวน 527,406 ครัวเรือน ประชากรไก่พื้นเมือง 12,998,475 ตัว จังหวัดมหาสารคามมีพื้นที่ทั้งหมด 13 อำเภอ มีเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่พื้นเมือง 52,904 ครัวเรือน ประชากรไก่พื้นเมือง 1,281,117 ตัว (ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กรมปศุสัตว์, 2557) อย่างไรก็ตาม แม้ว่าไก่พื้นเมืองจะเป็นปศุสัตว์ที่เลี้ยงง่าย และมีต้นทุนการผลิตที่ค่อนข้างต่ำ และเนื้อไก่พื้นเมืองยังเป็นที่ยอมรับว่ามีรสชาติอร่อยและเป็นที่ต้องการของตลาดผู้บริโภคแม้ว่าจะมีราคาแพงกว่าไก่กระທัง ทั้งนี้ไก่พื้นเมืองชำแหละสดมีราคาจำหน่ายกิโลกรัมละ 120-150 บาท ในขณะที่ไก่กระທังชำแหละสดมีราคาจำหน่ายเพียงกิโลกรัมละ 65-70 บาท แต่เกษตรกรผู้เลี้ยงส่วนใหญ่ยังไม่ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาศักยภาพการผลิตให้เป็นอาชีพที่มั่นคงและสร้างรายได้ให้กับตนเอง โดยยังคงยึดรูปแบบการเลี้ยงเพื่อบริโภคเองภายในครอบครัว เมื่อผลิตได้มากเกินความต้องการจึงจะจำหน่ายเป็นรายได้เสริมให้กับครอบครัว ซึ่งทำให้สูญเสียโอกาสทางเศรษฐกิจที่จะช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของเกษตรกรในชุมชนให้ดีขึ้นได้

ดังนั้น การศึกษาระบบการผลิตและการตลาดไก่พื้นเมืองของเกษตรกรในจังหวัดมหาสารคาม รวมถึงข้อมูลด้านพฤติกรรม และทัศนคติของประชาชนที่มีต่อการบริโภคไก่พื้นเมือง จะทำให้ได้ข้อมูลพื้นฐานในการวางแผนการผลิต การแปรรูป และการตลาด ที่จะช่วยสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจให้กับเกษตรกรในชุมชนให้สามารถประกอบเป็นอาชีพที่มั่นคงและสร้างรายได้ที่ยั่งยืนให้กับตนเองและครอบครัว ต่อไป

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานทางสังคมและเศรษฐกิจ สภาพการเลี้ยง ระบบการผลิต ปัญหาและอุปสรรคของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่พื้นเมือง เพื่อศึกษาโครงสร้าง พฤติกรรม และวิถีการตลาดไก่พื้นเมือง รวมถึงเพื่อศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมการบริโภคไก่พื้นเมืองของประชาชนในจังหวัดมหาสารคาม

ขอบเขตการศึกษา

ดำเนินการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่พื้นเมือง ผู้รวบรวม พ่อค้าขายส่งและปลีกไก่พื้นเมืองชำแหละสด และประชาชนทั่วไปในจังหวัดมหาสารคาม ซึ่งประกอบด้วย 13 อำเภอ ได้แก่ เมืองมหาสารคาม กันทรวิชัย วาปีปทุม แกดดำ ยางสีสุราช พยัคฆภูมิพิสัย โกสุมพิสัย นาหว้า นาเชือก เชียงยืน กุดรัง และชื่นชม

กรอบแนวคิด ทฤษฎี และสมมติฐาน

1. กรอบแนวคิดการศึกษาระบบการผลิตและการตลาดไก่พื้นเมืองในพื้นที่จังหวัดมหาสารคาม

กำหนดกรอบแนวคิดที่จะใช้วางแผนส่งเสริมและพัฒนาอาชีพการเลี้ยงไก่พื้นเมืองของเกษตรกรในพื้นที่จังหวัดมหาสารคามให้ประสบผลสำเร็จ โดยมุ่งทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูลพื้นฐานทางสังคม และเศรษฐกิจบางประการ สภาพการเลี้ยง การรวบรวม และการจำหน่ายไก่พื้นเมืองของเกษตรกร ผู้ค้าหรือผู้รวบรวม และทัศนคติของ

ผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์อาหารจากไก่พื้นเมือง การศึกษาจะทำให้ได้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับระบบการผลิตและการตลาดไก่พื้นเมืองตลอดจนได้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการวางแผนส่งเสริมและพัฒนาอาชีพเกษตรกรและผู้เกี่ยวข้องกับธุรกิจไก่พื้นเมืองครบวงจรได้อย่างถูกต้อง และสนองต่อความต้องการของตลาดผู้บริโภค

2. สมมติฐานในการวิจัย

ประชาชนที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน จะมีทัศนคติต่อการบริโภคไก่พื้นเมืองแตกต่างกัน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กรมปศุสัตว์ได้ดำเนินการศึกษาวิจัยการผสมพันธุ์และคัดเลือกพันธุ์ไก่พื้นเมืองมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2532 โดยเน้นการปรับปรุงพันธุ์ที่ให้ผลตอบสนองในด้านการเจริญเติบโตดี และให้ไข่ตก เพื่อให้สามารถขยายพันธุ์ได้รวดเร็ว ได้รวบรวมลักษณะมาตรฐานไก่พื้นเมืองได้ 12 สายพันธุ์ ได้แก่ ไก่เหลืองหางขาว ไก่พระนเรศวร ไก่ประดู่หางดำ ไก่ประดู่เลาหางขาว ไก่เขียวเลาหางขาว ไก่เขียวหางดำ ไก่เทาหางขาว ไก่ทองแดงหางดำ ไก่นกแดง ไก่นกกด ไก่ลายหางขาว และไก่ซี ทั้งนี้ สวัสดิ์ ธรรมบุตร และคณะ (2549) รายงานว่า ไก่พื้นเมืองที่เกษตรกรในชนบทนิยมเลี้ยงไว้เพื่อบริโภคในครัวเรือน ได้แก่ ไก่ประดู่หางดำ ไก่เหลืองหางขาว ไก่แดง ไก่ซี และไก่ลูกผสมพื้นเมือง ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กรมปศุสัตว์ (2557) รายงานว่ามีเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่พื้นเมืองในประเทศไทยทั้งหมด 2,345,114 ครัวเรือน ประชากรไก่พื้นเมือง 72,617,407 ตัว จังหวัดมหาสารคามมีเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่พื้นเมือง 52,904 ครัวเรือน ประชากรไก่พื้นเมือง 1,281,117 ตัว

กิตติ กุบแก้ว และ สุวัฒน์ มัตราช (2547) ทำการศึกษาสภาพการผลิตและความต้องการเทคโนโลยีที่จำเป็นในการเลี้ยงไก่พื้นเมืองของเกษตรกรภายใต้โครงการศูนย์บริการและถ่ายทอดเทคโนโลยีประจำตำบลในจังหวัดมหาสารคาม พบว่า มีพ่อบ้านเป็นผู้เลี้ยงหลัก แรงงานภาคเกษตรเฉลี่ย 3.1 คน มีพื้นที่ถือครองเฉลี่ย 13.6 ไร่ มีรายได้เป็นเงินสดเฉลี่ย 23,600.80 บาท/ครอบครัว/ปี มีประสบการณ์เลี้ยงมานาน 10 ปี ขึ้นไป โดยเกษตรกรส่วนใหญ่ไม่เคยผ่านการฝึกอบรมในการเลี้ยงไก่พื้นเมือง เกษตรกรมีไก่พื้นเมืองเฉลี่ย 30 ตัว/ครัวเรือน พ่อพันธุ์เฉลี่ย 2.3 ตัว แม่พันธุ์เฉลี่ย 5.3 ตัว แม่ไก่ให้ไข่เฉลี่ย 10.1 ฟอง/ชุด ฟักออกเฉลี่ย 8.6 ตัว/ชุด ลูกที่เลี้ยงรอดเมื่ออายุ 2 เดือน เฉลี่ย 6.6 ตัว/ชุด การให้อาหารลูกไก่อายุไม่เกิน 2 เดือน ส่วนใหญ่ปล่อยให้หากินตามธรรมชาติกับแม่ไก่ และใช้รำ ปลายข้าว และข้าวเปลือกเสริม เลี้ยงปล่อยตามบริเวณบ้าน คอกหรือโรงเรือนสร้างไว้ได้ยุ่งยาก เกษตรกรครึ่งหนึ่งมีการจำหน่ายไก่พื้นเมืองกันเองภายในหมู่บ้าน ส่วนใหญ่จำหน่ายไก่รุ่น น้ำหนักเฉลี่ย 1.3 กิโลกรัม โดยมีรายได้จากการจำหน่ายเฉลี่ย 895 บาท/ปี ทั้งนี้เกษตรกรไม่เคยถ่ายพยาธิและทำวัคซีนป้องกันโรค

สวัสดิ์ ธรรมบุตร และคณะ (2549) รายงานว่า ตลาดไก่พื้นเมืองเป็นตลาดท้องถิ่น ซื้อขายกันในหมู่บ้านเป็นการผลิตเองบริโภคเอง แล้วส่งไปขายตลาดใหญ่ในจังหวัดและกรุงเทพฯ ไก่พื้นเมืองพันธุ์แท้ถูกจัดอันดับให้อยู่ในความนิยมของผู้บริโภคทั่วประเทศ รองลงมาก็เป็นไก่ลูกผสม และสุดท้ายเป็นไก่เนื้อโตเร็ว ขนสีขาว ที่เลี้ยงเป็นการค้า โดยทั่วไปตลาดมีความต้องการไก่พื้นเมืองที่มีขนาดตัวละ 1.5-2 กก. และผู้บริโภคนิยมซื้อไก่รุ่นหนุ่มสาว

โดยเฉพาะไก่สาวอายุพร้อมไข่หรือเริ่มไข่ แต่การจำหน่าย ไม่แพร่หลาย เนื่องจากการตลาดไม่เป็นระบบ และขาดเทคโนโลยีการจัดการที่เหมาะสมมีผู้เลี้ยงเป็นเชิงธุรกิจค่อนข้างน้อย ดังนั้น แนวทางในการพัฒนาการผลิตไก่พื้นเมืองให้มีจำหน่ายสม่ำเสมอตลอดปี ควรมีการศึกษาด้านการตลาดไก่พื้นเมือง เพื่อเป็นสิ่งจูงใจให้เกษตรกรได้ผลผลิตอย่างต่อเนื่อง เป็นการเปลี่ยนระบบการผลิตจากฤดูกาลมาเป็นผลิตต่อเนื่องตลอดปี แม้ว่าจะผลิตไม่มากต่อครัวเรือน แต่ถ้าผลิตรวมกันเป็นกลุ่มก็จะทำให้ผลผลิตรวมสูง พอเพียงกับการที่จะทำธุรกิจ ดำเนินการตลาดได้อย่างต่อเนื่อง ทำให้ผู้บริโภคหาซื้อได้ง่าย ราคายุติธรรม การเพิ่มผลผลิตไก่พื้นเมืองโดยการรวบรวมไก่พื้นเมืองส่งโรงเชือดไก่เพื่อชำแหละตัดแต่งและบรรจุหีบห่อเป็นสินค้าที่มีขบวนการผลิตอย่างถูกต้องตามหลักอนามัยและเป็นสินค้ามีคุณภาพ เหมาะที่จะส่งไปขายในตลาดภายในประเทศและต่างประเทศ เช่นเดียวกับไก่พันธุ์เนื้อจะทำให้มีปริมาณไก่ออกสู่ตลาดอย่างสม่ำเสมอ ในขณะที่เดียวกันเมื่อเกษตรกรขายไก่ใหญ่ออกไปแล้วก็จะสามารถนำไก่เล็กเข้ามาเลี้ยงทดแทน หรือไม่ก็จะทำให้ไก่เล็กและลูกไก่ที่มีอยู่เดิมได้มีโอกาสเจริญเติบโตขึ้นมา เป็นการผลิตต่อเนื่องตลอดปี ทั้งนี้ไก่พื้นเมืองหนัก 1.8 กก. มีต้นทุนการผลิต 79.59 บาท/ตัว หรือ 44.22 บาท/กก.

มานพ กุศลยัง และ อิทธิพัทธ์ จำรัสบุญศิริ (2555) ทำการศึกษาสายพันธุ์และสภาพการเลี้ยงไก่พื้นเมืองของเกษตรกรรายย่อยในจังหวัดอุดรธานี พบว่า ส่วนใหญ่เลี้ยงไว้บริโภคและจำหน่ายในราคาเฉลี่ยกิโลกรัมละ 88.97 บาท เกษตรกรให้แม่ไก่ฟักไข่เองและเลี้ยงลูกโดยหากินตามธรรมชาติ และมีการเสริมข้าวเปลือกหรือปลายข้าวในตอนเช้า-เย็น แม่พันธุ์ให้ผลผลิตไข่ปีละ 1-4 ชุด โดยให้ไข่เฉลี่ย 11.04 ฟอง/ชุด และฟักออกเป็นตัวเฉลี่ย 9.04 ตัว/ชุด ปัญหาที่พบมากที่สุด ได้แก่ ไก่พื้นเมืองป่วยและตายเป็นจำนวนมาก

ชนิษฐา เรื่องวิทยานุสรณ์ และ คณะ (2556) พบว่า การเลี้ยงไก่พื้นเมืองพันธุ์ซีท่าพระด้วยอาหารผสมสดในระบบเกษตรธรรมชาติที่มีโปรตีนร้อยละ 12 ใช้เวลาในการเลี้ยงให้ได้น้ำหนักตัวที่ตลาดต้องการ 1.20 กิโลกรัม ใช้เวลาในการเลี้ยง 84 วัน ซึ่งนานกว่าการเลี้ยงขุนด้วยอาหารสำเร็จรูปทางการค้าที่มีโปรตีนร้อยละ 14 ใช้เวลาเพียง 64 วัน ในขณะที่มีต้นทุนการผลิตต่อน้ำหนักตัวเพิ่ม 1 กิโลกรัม 81.29 บาท ซึ่งสูงกว่าไก่ที่เลี้ยงขุนด้วยอาหารสำเร็จรูปทางการค้า 78.57 ทั้งนี้หากมีการปรับปรุงสูตรอาหารในระบบเกษตรธรรมชาติให้มีโปรตีนที่สูงขึ้นหรือมีการจัดการเพาะเลี้ยงอาหารเสริมจำพวกปลวกหรือแมลงเพิ่มเติม อาจทำให้ใช้เวลาและต้นทุนในการเลี้ยงลดลงได้

ศศิพันธ์ วงศ์สุทธาวาส และกรรณิการ์ สมบุญ (2551) ทำการศึกษาความเป็นไปได้ในการใช้ไก่พื้นเมืองหรือลูกผสมพื้นเมืองในพื้นที่อำเภอพังโคน และอำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร พบว่าผู้จำหน่ายไก่อย่างมีความต้องการไก่พื้นเมืองน้อยที่สุด ผู้จำหน่ายไก่พื้นเมืองในตลาดสดในอำเภอพังโคนมีความสนใจในขณะที่ผู้จำหน่ายในตลาดสดอำเภอเมืองไม่สนใจ เนื่องจากมีส่วนแบ่งการตลาดไก่กระทิงสูงถึงร้อยละ 75 ทั้งนี้ผู้รวบรวมไก่มีชีวิตไม่แน่ใจว่าจะรวบรวมได้ เนื่องจากไก่ซี (ไก่ไข่เพศผู้) เป็นที่รู้จักของผู้บริโภคแล้ว ส่วนเกษตรกรไม่แน่ใจในการเลี้ยงดูไก่พื้นเมืองและลูกผสมพื้นเมืองร้อยละ 33.33 และ 50 ตามลำดับ เนื่องจากการระบาดของโรคไข้หวัดนก ส่วนความต้องการของผู้บริโภคอย่างพังโคนให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อในด้านรสชาติ ความสะอาด ราคาเหมาะสม และความ

นำมารับประทาน ตามลำดับ โดยมีพฤติกรรมการซื้อครั้งละ 1-2 ตัว มูลค่าครั้งละ 60-80 บาท มีความสนใจและต้องการซื้อไก่พื้นเมืองหรือไก่ลูกผสมพื้นเมืองแต่ราคาต้องไม่แพงกว่าของเดิมร้อยละ 10 ขอบข่ายที่ทำจากไก่พื้นเมืองมากที่สุด รองลงมาเป็นไก่ลูกผสมพื้นเมือง และลูกผสมสามสาย ตามลำดับ ทั้งนี้ห่วงโซ่การผลิตไก่ย่างในอำเภอพังโคนเริ่มจากผู้รวบรวมไก่ซึ่งซื้อไก่มีชีวิตจากบริษัทแล้วนำมาชำแหละส่งให้กับร้านจำหน่ายไก่ย่าง ส่วนผู้รวบรวมในอำเภอเมืองรับซื้อทั้งไก่กระທงและไก่ซึ่งจากบริษัทแล้วนำมาชำแหละส่งร้านจำหน่ายไก่ย่าง ในขณะที่ต้องออกตระเวนรับซื้อไก่พื้นเมืองมีชีวิตหมุนเวียนตามหมู่บ้าน 4 เดือนต่อครั้ง

เฉลียว บุญมัน (2551) รายงานว่าตลาดไก่ย่างบ้านแคน ไก่ย่างไม้มะดันห้วยทับทัน และไก่ย่างสถานีรถไฟกันทรารมย์ ใช้ไก่กระທง ไก่ซี และไก่สามสาย (ชื่อการค้า) เป็นวัตถุดิบหลักในการทำไก่ย่าง ซึ่งมีการผลิตเข้าสู่ตลาดอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอตลอดปี ปริมาณการจำหน่ายไก่ย่างปีละ 387,000 ตัว มูลค่ารวมปีละประมาณ 37.7 ล้านบาท โดยช่วงปกติจำหน่ายได้วันละ 1,000 ตัว ในช่วงเทศกาล (ปีใหม่, ตรุษจีน, สงกรานต์) จำหน่ายได้วันละ 2,800 ตัว ในขณะที่มีการรวบรวมไก่พื้นเมืองมีชีวิตในตลาดสด 12 แห่ง ของจังหวัดอุบลราชธานี ยโสธร และ ศรีสะเกษ ปีละ 268,000 ตัว โดยจำหน่ายไก่ชำแหละสด ประมาณปีละ 213,000 ตัว มูลค่ารวมปีละ 25.9 ล้านบาท โดยช่วงปกติจำหน่ายเฉลี่ยวันละ 580 ตัว ในช่วงเทศกาลจำหน่ายวันละ 770 ตัว ซึ่งแม้ว่าปริมาณการรวบรวมไก่มีชีวิตมากกว่าไก่ที่จำหน่ายเป็นไก่ชำแหละสดร้อยละ 25 แต่ปริมาณ ยังไม่เพียงพอต่อการจำหน่ายเป็นไก่ชำแหละในตลาดท้องถิ่น เนื่องจากผู้รวบรวมทำการจำหน่ายไก่พื้นเมืองมีชีวิตให้กับตลาดภายนอกท้องถิ่นด้วย ดังนั้นไก่พื้นเมืองยังเป็นที่ต้องการของตลาดสดในท้องถิ่นมาก แต่ตลาดไก่ย่างมีความต้องการน้อยมาก เนื่องจาก 1) ไก่พื้นเมืองไม่สามารถที่จะผลิตป้อนสู่ตลาดไก่ย่างได้อย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง เพราะมีอัตราการเจริญเติบโตต่ำและมีราคาแพงกว่าไก่กระທง 2) ไก่ย่างที่ทำจากไก่พื้นเมืองเมื่อย่างสุกแล้วหากทิ้งไว้ 2-3 ชั่วโมง ขึ้นไป เนื้อจะมีสีคล้ำ แห้ง และหืดหัวแข็ง ไม่นำมารับประทาน และ 3) ผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่มีความรู้และความเข้าใจที่ดีเกี่ยวกับชนิดของไก่ที่ใช้ในการทำไก่ย่างจึงไม่มีผลต่อการตัดสินใจ

สัญญา จตุรสิทธา (2553) รายงานว่า เนื้อส่วนอกและสะโพกของไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่ 1 มีค่าแรงตัดผ่านเนื้อ ปริมาณคอลลาเจน และโปรตีน สูงกว่าไก่ลูกผสม (ประดู่หางดำเชียงใหม่ 1Xไก่โรดอร์แลนด์เรด) และไก่กระທง ตามลำดับ ในขณะที่มีไขมัน คอลเลสเตอรอล และไตรกลีเซอไรด์น้อยที่สุด รองลงมาเป็นไก่ลูกผสมและไก่กระທง ในขณะที่ไก่กระທงมีกรดไขมันอิ่มตัว โอเมก้า6 และอัตราส่วนระหว่างกรดไขมันโอเมก้า 6 ต่อโอเมก้า 3 มากกว่าไก่ลูกผสม และไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่ 1 โดยเพศผู้มีคอลลาเจนสูงกว่าเพศเมีย ในขณะที่เพศเมียมีกรดไขมันไม่อิ่มตัวเชิงเดี่ยวสูงกว่าเพศผู้ นอกจากนี้ยังพบว่าไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่ 1 มีสารประกอบที่ทำให้รสชาติอร่อย ได้แก่ IMP, AMP และ GMP มากที่สุด

อำนวยการ เลี้ยวธารากุล (2553) รายงานว่า ส่วนแบ่งทางการตลาดของไก่พื้นเมืองมีน้อยมากเมื่อเปรียบเทียบกับไก่กระທง ซึ่งทั้งไก่พื้นเมืองและไก่พื้นเมืองลูกผสมมีส่วนแบ่งทางการตลาดทั้งหมดเพียงร้อยละ 10 เนื่องจากสภาพการเลี้ยงเป็นแบบหลังบ้านทำให้วิถีการตลาดไก่พื้นเมืองเป็นไปในทิศทางที่พ่อค้าต้องไปรวบรวมหา

ซื้อไก่มีชีวิตจากเกษตรกรในหมู่บ้านต่างๆ จากนั้นนำไปส่งพ่อค้าฆ่าแหละหรือทำการฆ่าแหละเอง แล้วนำไปจำหน่ายตามตลาดชุมชนและจำหน่ายให้กับผู้บริโภคต่อไป ซึ่งวิธีการตลาดแบบนี้ก็มีข้อเสีย เช่น ไก่ที่รับซื้ออายุและขนาดต่างกัน ตลอดจนถึงเสี่ยงต่อการติดโรคระบาด ส่งผลให้ไก่พื้นเมืองที่มีจำหน่ายในตลาดเป็นไก่ที่ไม่สามารถตรวจสอบข้อมูลพื้นฐาน อาทิ แหล่งผลิต อายุ ฯลฯ มีผลให้ผู้ซื้อไก่สดอาจได้ไก่ที่แก่ เหนียว หรือไก่อาจป่วยหรือตาย ประกอบกับการบริโภคไก่ในชีวิตประจำวันของเกษตรกรมีน้อยเฉลี่ย 1 ตัวต่อครัวเรือนต่อเดือน โดยจะนิยมบริโภคไก่ในโอกาสพิเศษเท่านั้น เช่น มีแขกมาเยือน หรือเลี้ยงแรงงานที่มาช่วยดำนานหรือเกี่ยวข้าว (ลงแขกหรือแรงงานทำนา) เพื่อประหยัดต้นทุนค่าอาหารที่ไม่ใช่ตัวเงิน ซึ่งแตกต่างกับชุมชนที่มีสังคมกึ่งเมืองกึ่งชนบทมีการบริโภคไก่เฉลี่ย 6 ตัวต่อครัวเรือนต่อเดือน และเหตุผลที่ผู้บริโภคนิยมรับประทานเนื้อไก่พื้นเมืองเนื่องจากหากเปรียบเทียบคุณภาพเนื้อไก่พื้นเมืองและไก่พื้นเมืองลูกผสมกับไก่เนื้อแล้วพบว่า คุณภาพเนื้อไก่พื้นเมืองและไก่พื้นเมืองลูกผสมดีกว่าไก่เนื้อ ในแง่ของรสชาติ และปลอดภัยต่อสุขภาพของผู้บริโภค เพราะเนื้อมีความเหนียวนุ่ม โปรตีนและสัดส่วนระหว่างกรดไขมันไม่อิ่มตัวต่อกรดไขมันอิ่มตัวในเนื้อสูงแต่มีคอเลสเตอรอลต่ำกว่า ซึ่งเป็นผลดีต่อสุขภาพของผู้บริโภค

อำนวยการ เลี้ยวธราภกุล และคณะ (2553) ทำการศึกษาการสร้างอัตลักษณ์ของไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่ 1 โดยสร้างการรับรู้ด้วยการจัดประกวดการปรุงอาหาร 2 ประเภท ได้แก่ อาหารพื้นเมืองล้านนาและอาหารยอดนิยมของคนไทย พบว่า อาหารพื้นเมืองยอดนิยมของคนเหนือที่ผู้บริโภคนิยมนำไก่พื้นเมือง คือ แกงสโตล์ล้านนา และยำจิ้นไก่ ส่วนอาหารยอดนิยมของคนไทย คือ ต้มยำไก่และไก่ทอด ทั้งนี้ผู้บริโภคเห็นว่าไก่พื้นเมืองมีข้อเด่นที่รสชาติดี เนื้อแน่น มีคุณค่าทางอาหาร แต่มีข้อด้อยที่หาซื้อยาก และราคาแพง ทั้งนี้การจัดงานประกวดการปรุงอาหารติดต่อกัน 3 ครั้ง ทำให้ผู้บริโภคที่มาร่วมงานรู้จักไก่พื้นเมืองพันธุ์ประดู่หางดำเชียงใหม่ 1 เพิ่มมากขึ้นจากครั้งแรกร้อยละ 25.5 เป็นร้อยละ 69.4 ผู้ชิมให้คะแนนความพึงพอใจเนื้อไก่ประดู่หางดำในระดับมาก และมีความพึงพอใจในการนำพันธุ์ไก่ไปใช้ประโยชน์ในระดับมากที่สุด

ชูศักดิ์ ประภาสสวัสดิ์ และคณะ (2555) รายงานว่า ไก่พื้นเมืองพันธุ์ซีท่าพระของเกษตรกรในพื้นที่จังหวัดขอนแก่น เลย และมหาสารคาม มีอายุและน้ำหนักตัวเมื่อให้ไข่ฟองแรก 180 วัน และ 1.42 กิโลกรัมตามลำดับ มีค่าเฉลี่ยการให้ไข่และจำนวนลูกไก่ชุดแรก 11.62 ฟอง และ 8.56 ตัว ตามลำดับ โดยมีอัตราการตายเมื่ออายุ 3 เดือน ถึงให้ไข่ชุดแรกร้อยละ 7 ทั้งนี้ผู้บริโภคนิยมบริโภคเนื้อไก่เป็นอันดับสองรองจากการบริโภคเนื้อหมู ชนิดของอาหารที่นิยมนำไก่ไปปรุงเป็นอาหาร ได้แก่ ต้มยำ ย่างหรืออบ แกงอ่อม และลาบ ตามลำดับ ผู้บริโภคมีความพึงพอใจมากถึงมากที่สุดในด้านความแน่นนุ่ม กลิ่นหอม รสชาติ และความพึงพอใจโดยรวม ทั้งนี้ข้อด้อยของไก่ซีท่าพระ คือ เนื้อแห้ง และเนื้อน้อย ซึ่งจากการจัดงานชิมเนื้อไก่ซีท่าพระ 3 ครั้งติดต่อกันพบว่าผู้บริโภคที่รู้จักเพิ่มขึ้นร้อยละ 27.2, 32.6 และ 67.5 ตามลำดับ

ระเบียบวิธีวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาในระบบการผลิตเป็นเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่พื้นเมือง จำนวน 400 คน ซึ่งได้จากตารางสำเร็จซึ่งเป็นตารางที่ได้คำนวณมาจากสูตรของยามาเนะในกรณีประชากร (N) มีจำนวนมาก (Yamane, 1967) จากนั้นทำการสุ่มสำรวจโดยกำหนดสัดส่วนตามฐานข้อมูลประชากรผู้เลี้ยงไก่พื้นเมืองในแต่ละพื้นที่อำเภอของจังหวัดมหาสารคาม ทำการศึกษาโดยใช้แบบสอบถามที่ประกอบด้วยชุดคำถาม 3 ส่วน ได้แก่ 1) ข้อมูลพื้นฐานทางสังคมและเศรษฐกิจ 2) ข้อมูลสภาพการผลิต ปัญหาและอุปสรรคในการเลี้ยงไก่พื้นเมือง และ 3) ข้อมูลด้านการตลาด ปัญหา และอุปสรรค

1.2 กลุ่มตัวอย่างผู้รวบรวม และพ่วงค้ำคนกลาง ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบลูกโซ่ (Snowball Technique) โดยอาศัยการแนะนำจากเกษตรกรกลุ่มตัวอย่าง และคนกลางที่แนะนำต่อกันมาเป็นทอดๆ ทำการศึกษาโดยใช้แบบสอบถามที่ประกอบด้วยชุดคำถาม 3 ส่วน ได้แก่ 1) ข้อมูลพื้นฐานทางสังคมและเศรษฐกิจ 2) ข้อมูลผลประกอบการตลาด ปัญหาและอุปสรรคในการรวบรวมและจำหน่าย 3) ข้อมูลด้านการตลาด ปัญหา และอุปสรรค

1.3 กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคเป็นประชาชนทั่วไป ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามความสะดวก (Convenience Selection) จำนวน 400 คน ซึ่งได้จากตารางสำเร็จ ซึ่งเป็นตารางที่ได้คำนวณมาจากสูตรของยามาเนะในกรณีประชากร (N) มีจำนวนมาก (Yamane, 1967) โดยใช้แบบสอบถามที่ประกอบด้วยชุดคำถาม 3 ส่วน ได้แก่ 1) ข้อมูลพื้นฐานด้านประชากรศาสตร์ 2) ข้อมูลทัศนคติของประชาชนที่มีต่อผลิตภัณฑ์อาหารที่ทำจากไก่พื้นเมือง อย่างไรก็ตามในการแปลผลจากค่าคะแนนที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความหลากหลายอาจพบปัญหาเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างที่มีความลังเลในการตัดสินใจจึงมักจะตอบในระดับปานกลาง ซึ่งยากต่อการนำผลการศึกษาไปใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจ ดังนั้นการศึกษาคครั้งนี้จึงกำหนดเกณฑ์การประเมินผลเป็น 4 ระดับ (เดิมศักดิ์ สุขวิบูลย์, 2552) ดังนี้

$$\frac{\text{ค่าคะแนนที่มากที่สุด} - \text{ค่าคะแนนที่น้อยที่สุด}}{\text{จำนวนช่วงระดับชั้นคะแนน}} = \frac{5 - 1}{4} = 1$$

ซึ่งจะได้ระดับค่าคะแนนเฉลี่ย ที่ใช้สำหรับการแปลผลปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อไก่พื้นเมืองของประชาชนในจังหวัดมหาสารคาม ดังนี้

ค่าคะแนนเฉลี่ย	4.01 – 5.00	หมายถึง	ระดับมากที่สุด
ค่าคะแนนเฉลี่ย	3.01 – 4.00	หมายถึง	ระดับมาก
ค่าคะแนนเฉลี่ย	2.01 – 3.00	หมายถึง	ระดับน้อย
ค่าคะแนนเฉลี่ย	1.00 – 2.00	หมายถึง	ระดับน้อยที่สุด

2. การวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูล

วิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลโดยใช้สถิติการแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าสูงสุด (Max) และค่าต่ำสุด (Min) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ส่วนการทดสอบสมมติฐานใช้สถิติ T-Test, F-Test และ Least Significant Difference (LSD)

ผลและวิจารณ์ผลการศึกษา

1. การผลิต ต้นทุน และการจำหน่ายไก่พื้นเมืองของเกษตรกรในพื้นที่จังหวัดมหาสารคาม

1.1) ข้อมูลพื้นฐานทางสังคมและเศรษฐกิจของเกษตรกร

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชายร้อยละ 65.25 มีอายุระหว่าง 46-60 ปี ร้อยละ 43.75 อายุเฉลี่ย 52.37 ปี นับถือศาสนาพุทธ มีการศึกษาในระดับประถมร้อยละ 67.75 ประกอบอาชีพเกษตรกรร้อยละ 78 รองลงมาเป็นอาชีพรับจ้างทั่วไปและค้าขายร้อยละ 14.50 และ 5.50 ตามลำดับ ร้อยละ 48.50 มีรายได้น้อยกว่า 5,000 บาทต่อเดือน รองลงมาได้ 5,000-10,000 บาทต่อเดือน ร้อยละ 42.00 ส่วนใหญ่ประกอบเป็นอาชีพเสริมร้อยละ 99 ใช้แรงงานในครอบครัวเฉลี่ย 1.72 คน ร้อยละ 76.20 มีประสบการณ์มากกว่า 10 ปี เหตุผลที่ตัดสินใจเลี้ยงไก่พื้นเมืองเนื่องจากเนื้ออร่อยจึงเลี้ยงไว้เพื่อบริโภคร้อยละ 25.07 รองลงมาได้รับการส่งเสริมจากเจ้าหน้าที่ภาครัฐ และเห็นว่าเป็นสัตว์ที่เลี้ยงง่ายร้อยละ 20.86 และ 20.10 ตามลำดับ วัตถุประสงค์หลักในการเลี้ยงเพื่อบริโภคภายในครัวเรือนร้อยละ 94.50 จากข้อมูลจะเห็นได้ว่าการเลี้ยงไก่พื้นเมืองของเกษตรกรจังหวัดมหาสารคามยังคงเลี้ยงแบบหลังบ้านเพื่อบริโภคและสืบทอดวิถีชีวิตในชุมชน จึงมีประสบการณ์ในการเลี้ยงดูมากกว่า 10 ปี ซึ่งสอดคล้องกับรายงานของ กิตติ กุบแก้ว และ สุวัฒน์ มัตราข (2547) และ มานพ กุศลยัง และ อธิพัทธ์ จำรัสบุญหิรัญ (2555) ที่พบว่าส่วนใหญ่ผู้เลี้ยงไก่พื้นเมืองเป็นพ่อบ้านเพศชาย มีการศึกษาระดับประถมศึกษา ประสบการณ์ในการเลี้ยงไก่พื้นเมืองมากกว่า 10 ปี และตัดสินใจประกอบอาชีพการเลี้ยงไก่พื้นเมืองเป็นอาชีพเสริมจากการทำนาเพื่อบริโภคในครอบครัว อย่างไรก็ตามจากการศึกษาพบว่าอายุเฉลี่ยของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่พื้นเมืองในจังหวัดมหาสารคามมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากเป็นเกษตรกรที่ยังคงเลี้ยงไก่พื้นเมืองอยู่เดิมสืบทอดและต่อเนื่องกันเรื่อยมา ในขณะที่มีเกษตรกรรุ่นใหม่ให้ความสนใจเพียงร้อยละ 27.50 เท่านั้น ซึ่งอายุของเกษตรกรที่มากขึ้นไปอาจมีผลทำให้ความสามารถในการยอมรับและปรับใช้เทคโนโลยีได้ลดลง อย่างไรก็ตามการส่งเสริมและพัฒนาอาชีพสำหรับเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่พื้นเมืองในชุมชนซึ่งมีแนวโน้มเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุในภาคการเกษตร หน่วยงานภาครัฐจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนวิธีการส่งเสริมโดยกำหนดกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้สูงอายุ ด้วยการบูรณาการแผนการขับเคลื่อนการทำงานทั้งภาครัฐ เอกชน และองค์กรผู้สูงอายุ ได้มีส่วนร่วมกัน กำหนดรูปแบบและวิธีการเพื่อให้ผู้สูงอายุได้ใช้ศักยภาพที่มีอยู่สร้างคุณค่า และศักดิ์ศรีให้กับตนเอง นอกจากนี้การทำงานยังช่วยกระตุ้นสมองให้ได้คิด ได้ออกกำลังกาย มีสังคม และมีความสุข อันเป็นการส่งเสริมสุขภาพร่างกายและสุขภาพจิตใจได้อีกแนวทางหนึ่ง (กุศล สุนทรธาดา, 2553)

1.2) สภาพการผลิตโกโก้พื้นเมือง

กลุ่มตัวอย่างเลี้ยงโกโก้พื้นเมืองพ่อพันธุ์ แม่พันธุ์ โกโก้หนุ่มสาว โกโก้รุ่น และลูกโกโก้ เฉลี่ย 2.97, 7.14, 11.52, 10.57 และ 16.28 ตัว ตามลำดับ การให้ไข่เฉลี่ยปีละ 3.35 ชุดๆละ 11.20 ฟอง และมีอัตราการให้ลูกเฉลี่ยปีละ 29.66 ตัวต่อแม่ ซึ่งสอดคล้องกับประสิทธิภาพการผลิตโกโก้พื้นเมืองของเกษตรกรรายย่อยในจังหวัดอุดรธานีที่มีอัตราการให้ไข่เฉลี่ยชุดละ 11.04 ฟอง อัตราการฟักออกเฉลี่ย 9.04 ตัวต่อชุด (มานพ กุศลยัง และ อธิพิพัทธ์ จำรัสบุญศิริ, 2555) จากการศึกษาพบว่าประสิทธิภาพการผลิตโกโก้พื้นเมืองของเกษตรกรในพื้นที่จังหวัดมหาสารคามเพิ่มสูงขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับรายงานของ กิตติ กุบแก้ว และ สุวัฒน์ มัตราข (2547) ที่ศึกษาประสิทธิภาพการผลิตโกโก้พื้นเมืองของเกษตรกรภายใต้โครงการศูนย์บริการและถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตรประจำตำบลในจังหวัดมหาสารคามมีอัตราการให้ไข่เฉลี่ยชุดละ 10.1 ฟอง ฟักออกเฉลี่ยชุดละ 8.6 ตัว ทั้งนี้เนื่องจากเกษตรกรมีประสบการณ์ในการจัดการเลี้ยงดูโกโก้พื้นเมืองเพิ่มมากขึ้น ประกอบกับการสื่อสารและการคมนาคมที่สะดวกรวดเร็วทำให้เข้าถึงแหล่งข้อมูลและบริการด้านการปศุสัตว์ได้ง่ายขึ้น แต่อย่างไรก็ตามเมื่อเปรียบเทียบประสิทธิภาพการเลี้ยงโกโก้พื้นเมืองของเกษตรกรในระบบฟาร์มแล้วพบว่าอัตราการให้ไข่ยังต่ำกว่าถึงร้อยละ 40 (อำนวยการ เลี้ยวธารากุล, 2553)

1.3) สภาพการจัดการเลี้ยงดูโกโก้พื้นเมืองของเกษตรกรในพื้นที่จังหวัดมหาสารคาม

1.3.1) ขนาดฟาร์ม แรงงาน และการจัดการพื้นที่ โรงเรือน และวัสดุอุปกรณ์ในการเลี้ยงดูโกโก้พื้นเมือง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 56.75 เป็นเกษตรกรรายย่อยที่มีแม่พันธุ์ไม่เกิน 5 ตัว รองลงมาร้อยละ 41.25 เป็นฟาร์มขนาดเล็กที่มีแม่พันธุ์ 6-20 ตัว และที่เหลืออีกเพียงส่วนน้อยร้อยละ 2 เป็นฟาร์มขนาดกลางที่มีแม่พันธุ์ 21-100 ตัว ดังนั้นแรงงานหลักที่ใช้ในการเลี้ยงดูจึงเป็นแรงงานภายในครอบครัวเฉลี่ย 1.72 คน โดยส่วนใหญ่ร้อยละ 61.50 มีรูปแบบการเลี้ยงปล่อยอิสระทั่วไป ไม่มีรั้วรอบขอบชิดในการป้องกันอันตราย ร้อยละ 58.97 มีโรงเรือน ร้อยละ 58.75 รองลงมาร้อยละ 33.75 ใช้ใต้ถุนบ้านหรือฉางข้าวเป็นโรงเรือน พื้นคอกส่วนใหญ่เป็นพื้นดินร้อยละ 93.75 มีวัสดุอุปกรณ์เพียงพอคิดเป็นร้อยละ 80.00, 88.75 และ 97.25 ตามลำดับ สอดคล้องกับรายงานของ มานพ กุศลยัง และ อธิพิพัทธ์ จำรัสบุญศิริ (2555) รายงานว่าเกษตรกรผู้เลี้ยงโกโก้พื้นเมืองรายย่อยในจังหวัดอุดรธานีส่วนใหญ่มีการสร้างคอก โรงเรือน และวัสดุอุปกรณ์ที่จำเป็นสำหรับเลี้ยงดูโกโก้พื้นเมือง แต่มีความสามารถพึ่งตนเองได้ระดับปานกลางในการจัดการคอกและโรงเรือน ในด้านการทำความสะอาด พื้นคอกหรือโรงเรือนด้วยยาฆ่าเชื้อโรค ตลอดจนการซ่อมแซมคอก หลังคา ฝ้าม่าน และแนวรั้วที่ชำรุด เพื่อป้องกันอันตรายจากสัตว์อื่นๆ เป็นต้น จึงอาจส่งผลทำให้ประสิทธิภาพการผลิตโกโก้พื้นเมืองของเกษตรกรลดต่ำลงด้วย อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาพบว่าการจัดการคอกและโรงเรือนสำหรับเลี้ยงโกโก้พื้นเมืองของเกษตรกรมีแนวโน้มดีขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับรายงานของ กิตติ กุบแก้ว และ สุวัฒน์ มัตราข (2547) ที่พบว่าเกษตรกรส่วนใหญ่สร้างคอกหรือโรงเรือนไว้ได้ยังฉาง

1.3.2) พันธุ์และการจัดการปรับปรุงพันธุ์ไก่พื้นเมืองของเกษตรกร พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ร้อยละ 54.19 ซื้อไก่พื้นเมืองจากเพื่อนเกษตรกรในชุมชนมาเลี้ยงขยายพันธุ์ รองลงมาร้อยละ 34.48 เพาะขยายพันธุ์ด้วยตนเอง มีเพียงส่วนน้อยที่ซื้อจากฟาร์มเครือข่ายสัตว์พันธุ์ดีของหน่วยงานภาครัฐ ร้อยละ 86.00 เป็นไก่พื้นเมืองลูกผสมที่เกิดจากการปล่อยให้ผสมพันธุ์กันเองตามธรรมชาติร้อยละ 88.75 และยังคงให้แม่ไก่ฟักไข่เองตามธรรมชาติร้อยละ 98.00 มีเพียงส่วนน้อยที่จัดการให้มีแม่ไก่สำหรับฟักไข่ต่างหาก และใช้ตู้ฟักไข่ คิดเป็นร้อยละ 1.75 และ 0.25 ตามลำดับ ทั้งนี้เกษตรกรส่วนใหญ่ร้อยละ 72.50 ไม่มีการอนุบาลลูกไก่ ส่วนใหญ่ร้อยละ 78 ประสบปัญหาด้านการปรับปรุงพันธุ์ ซึ่งปัญหาที่พบมาก ได้แก่ ขาดความรู้ด้านการปรับปรุงพันธุ์ เกิดการผสมเลือดชิดภายในฟาร์ม และไก่พื้นเมืองพันธุ์ดีราคาแพง คิดเป็นร้อยละ 33.89, 30.83 และ 18.89 ตามลำดับ ทั้งนี้ อำนวย เลี้ยวธารากุล (2553) รายงานว่าสภาพการเลี้ยงของเกษตรกรทั่วไปที่มีรูปแบบการเลี้ยงกึ่งขังกึ่งปล่อยให้หากินและผสมพันธุ์กันเองตามธรรมชาติโดยไม่สนใจจะคัดแยกสายพันธุ์ ทำให้ไม่สามารถแยกแยะพันธุ์แท้ของลูกไก่ที่เกิดมาได้แม้ว่าจะมีลักษณะภายนอกบ่งชี้ว่าเป็นพันธุ์แท้ก็ตาม ส่งผลทำให้อัตราการเจริญเติบโตต่ำ ไข่ฟองเล็ก และให้ผลผลิตไข่ต่ำ แต่มีคุณสมบัติด้านการดำรงชีพและการเลี้ยงลูกโดยธรรมชาติดีกว่าไก่พันธุ์การค้า ทั้งนี้ มานพ กุศลยัง และ อธิสิทธิ์ จำรัสบุญศิริ (2555) รายงานว่าเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่พื้นเมืองรายย่อยในจังหวัดอุดรธานีที่ขึ้นทะเบียนกลุ่มกับกรมปศุสัตว์ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการคัดเลือกพ่อแม่พันธุ์โดยการแลกเปลี่ยนพ่อแม่พันธุ์ระหว่างกลุ่มเครือข่าย

1.3.3) อาหารและการจัดการอาหารไก่พื้นเมือง พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 60.50 ให้หากินเองตามธรรมชาติแล้วเสริมด้วยอาหารข้นเพียงเล็กน้อย ส่วนใหญ่ร้อยละ 80.00 ให้อาหารวันละ 2 ครั้ง เช้าและเย็น ใช้สูตรอาหารเดียวทั้งฟาร์ม ร้อยละ 89.00 ทั้งนี้วัตถุดิบอาหารสัตว์ในท้องถิ่นที่นิยมนำมาใช้ ได้แก่ ข้าวเปลือก ปลายข้าว และรำ คิดเป็นร้อยละ 40.42, 34.39 และ 25.19 ตามลำดับ แหล่งน้ำที่นำมาใช้เลี้ยงส่วนใหญ่ร้อยละ 46.33 เป็นน้ำประปา เกษตรกรส่วนใหญ่ร้อยละ 67.50 ประสบปัญหาวัตถุดิบอาหารสัตว์หาซื้อยาก และมีราคาแพง ขาดความรู้ด้านการผลิตอาหารสัตว์ต้นทุนต่ำ และอาหารข้นสำเร็จรูปราคาแพงร้อยละ 28.04, 27.89 และ 20.24 ตามลำดับ ซึ่งจากรายงานของ บัญญัติ เหล่าไพบูลย์ และ สุวัฒน์ จิตต์ปราณี (2542); กิตติ กุบแก้ว และสุวัฒน์ มัตราข (2547); มานพ กุศลยัง และ อธิสิทธิ์ จำรัสบุญศิริ (2555) กล่าวว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ยังคงมีรูปแบบการเลี้ยงไก่พื้นเมืองโดยการปล่อยให้หากินเองตามธรรมชาติ แล้วเสริมด้วยข้าวเปลือกและปลายข้าว เพื่อลดต้นทุน นอกจากนี้การเลี้ยงไก่พื้นเมืองแบบหลังบ้านโดยปล่อยให้หากินเองและเสริมด้วยอาหารที่หาได้ง่ายในชุมชนยังทำให้ผลผลิตต่ำ ปริมาณไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด (อำนวย เลี้ยวธารากุล, 2553) สอดคล้องกับการศึกษาของ ชนิษฐา เรืองวิทยานุสรณ์ และคณะ (2556) รายงานว่าการเลี้ยงไก่พื้นเมืองจนถึงน้ำหนักตัวที่ตลาดต้องการด้วยอาหารในระบบเกษตรธรรมชาติใช้ระยะเวลาเลี้ยงดูนานกว่าระยะเวลาที่ใช้ในการเลี้ยงขุนด้วยอาหารในระบบการค้า

1.3.4) การสุขาภิบาล การป้องกัน และการรักษาโรคไก่พื้นเมือง พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ร้อยละ 54.00 ปฏิบัติตนเมื่อมีการนำไก่พื้นเมืองหรือสัตว์ปีกจากแหล่งอื่นเข้ามาภายในฟาร์มด้วยการแยกเลี้ยงเพื่อ กักดูอาการของโรค ที่เหลืออีกร้อยละ 46.00 ปล่อยเลี้ยงร่วมกับฝูงเดิม ทั้งนี้เกษตรกรส่วนใหญ่ร้อยละ 52.00 ไม่ เคยทำวัคซีนป้องกันโรค รองลงมาร้อยละ 36.75 เคยทำเป็นบางครั้งเฉพาะช่วงที่มีการระบาดของโรค และมีเพียง ส่วนน้อยที่ทำวัคซีนเป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 11.25 โดยวัคซีนที่เกษตรกรทำเพื่อป้องกันโรคไก่พื้นเมืองมากที่สุด ได้แก่ นิวคาสเซิล อหิวาต์เป็ด-ไก่ และฝีดาษ คิดเป็นร้อยละ 30.73, 29.55 และ 20.81 ตามลำดับ ทั้งนี้ไก่พื้นเมือง ของเกษตรกรส่วนใหญ่ร้อยละ 73.25 เคยแสดงอาการป่วย โดยกลุ่มอาการที่พบมากที่สุด ได้แก่ ขนหยอง และ แคระแกรน เป็นหวัดหน้าบวม และ ท้องเสียมูลสีขาว คิดเป็นร้อยละ 26.64, 25.70 และ 20.25 ตามลำดับ ซึ่งส่วนใหญ่ร้อยละ 38.32 ปฏิบัติเมื่อพบว่าไก่พื้นเมืองภายในฟาร์มแสดงอาการป่วยตาย คือ การทำลายโดยการ เฆหรือฝัง รองลงมาทำการแยกสัตว์ป่วยออกเพื่อทำการรักษา และให้ยาปฏิชีวนะและวิตามินละลายน้ำดื่ม คิดเป็นร้อยละ 26.81 และ 11.74 ตามลำดับ เมื่อไก่พื้นเมืองป่วยเกษตรกรส่วนใหญ่ร้อยละ 50 รักษาด้วยตนเอง รองลงมาร้อยละ 49.50 ปล่อยให้หายเอง ทั้งนี้เกษตรกรส่วนใหญ่ไม่เคยถ่ายพยาธิภายในและภายนอกให้กับ ไก่พื้นเมือง คิดเป็นร้อยละ 60.50 และ 75.25 ดังนั้นเกษตรกรส่วนใหญ่ร้อยละ 81.00 จึงประสบปัญหาด้านการ สุขาภิบาลการป้องกัน และการรักษาโรค โดยเฉพาะขาดความรู้ด้านการสุขาภิบาล การป้องกัน และการรักษาโรค บริการด้านสัตวแพทย์ วัคซีนขาดแคลนและหาซื้อยาก คิดเป็นร้อยละ 35.88, 23.64 และ 21.56 ตามลำดับ (ตารางที่ 8) ซึ่งสอดคล้องกับรายงานของ กิตติ กุบแก้ว และ สุวัฒน์ มัตราช (2547) ที่พบว่ามีเกษตรกรผู้เลี้ยง ไก่พื้นเมืองในจังหวัดมหาสารคามเพียงส่วนน้อยเท่านั้นที่ทำวัคซีนป้องกันโรค ทั้งนี้ส่วนใหญ่ไม่เคยถ่ายพยาธิ และ ไม่ทำการรักษาไก่พื้นเมืองเมื่อป่วยและบาดเจ็บ ในขณะที่ บัญญัติ เหล่าไพบูลย์ และ สุวัฒน์ จิตต์ปราณี (2542) รายงานว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่พื้นเมืองในอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น นอกจากเกษตรกรจะไม่เคยทำวัคซีน กำจัด พยาธิภายในและภายนอกให้ไก่พื้นเมืองแล้ว เมื่อมีไก่ตายภายในฟาร์มยังจัดการโดยนำไปบริโภค โยนทิ้ง และฝัง ดิน ตามลำดับ อย่างไรก็ตามจากการศึกษาพบว่าการจัดการด้านสุขาภิบาล การป้องกัน และการรักษาโรค ไก่พื้นเมืองของเกษตรกรในพื้นที่จังหวัดมหาสารคามมีแนวโน้มในดีขึ้น โดยกลุ่มอาการป่วยที่พบส่วนใหญ่มีสาเหตุ มาจากการได้รับโภชนาการไม่เพียงพอและโรคพยาธิ อาทิเช่น ขนหยอง และแคระแกรน มากกว่าที่จะเกิดจากโรค ระบาดสัตว์ปีก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากวัตถุประสงค์หลักที่เกษตรกรเลี้ยงไก่พื้นเมืองส่วนใหญ่เพื่อบริโภคในครัวเรือน ไม่ได้มุ่งเน้นจำหน่ายสร้างรายได้ จึงไม่ได้ให้ความสำคัญกับกิจกรรมที่จะช่วยเพิ่มผลผลิตและลดความสูญเสียทาง เศรษฐกิจเท่าที่ควร

1.4) ต้นทุนการผลิตและรูปแบบการจำหน่ายไก่พื้นเมือง พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีต้นทุนการ ผลิตเป็นค่าอาหารสัตว์ที่ใช้ในการเลี้ยงไก่พื้นเมืองมากที่สุดเฉลี่ยปีละ 506.92 บาท รองลงมาเป็นค่ายาและ เวชภัณฑ์เฉลี่ยปีละ 299.04 บาท และค่าซ่อมแซมปรับปรุงโรงเรือน เฉลี่ยปีละ 1,398.22 บาท คิดเป็นร้อยละ 56.82, 28.13 และ 6.39 ตามลำดับ เกษตรกรส่วนใหญ่ร้อยละ 91.75 มีการจำหน่ายในรอบปีที่ผ่านมาทำให้มี

รายได้ 5,001-10,000 บาทต่อปี ร้อยละ 79.56 ไร่พื้นเมืองที่ขายไปส่วนใหญ่ร้อยละ 83.18 เป็นไร่ประเภทหนุ่มสาว โดยเกษตรกรส่วนใหญ่จำหน่ายไร่พื้นเมืองมีชีวิต น้ำหนักเฉลี่ยตัวละ 1.41 กิโลกรัม ราคาเฉลี่ยกิโลกรัม 74.06 บาท สำหรับลูกค้าที่มารับซื้อส่วนใหญ่เป็นผู้บริโภคในชุมชน รองลงมาเป็นพ่อค้าคนกลาง และเพื่อนเกษตรกรที่ซื้อไปเลี้ยงขยายพันธุ์ คิดเป็นร้อยละ 46.23, 29.49 และ 24.28 ทั้งนี้ ขนิษฐา เรืองวิทยานุสรณ์ และคณะ (2556) รายงานว่า ต้นทุนค่าอาหารต่อน้ำหนักตัวที่เพิ่มขึ้น 1 กิโลกรัมของไร่พื้นเมืองที่เลี้ยงด้วยอาหารในระบบเกษตรธรรมชาติ และเลี้ยงด้วยอาหารทางการค้า เฉลี่ย 81.29 บาท และ 78.57 บาท ตามลำดับ ในขณะที่ กิตติ กุบแก้ว และ สุวัฒน์ มัตราช (2547) รายงานว่า เกษตรกรจังหวัดมหาสารคามจำหน่ายไร่พื้นเมืองที่มีน้ำหนักเฉลี่ยตัวละ 1.30 กิโลกรัม ทำให้มีรายได้จากการจำหน่ายเฉลี่ยปีละ 895 บาท และ อำนวย เลี้ยววารากุล (2553) รายงานว่า เกษตรกรเครือข่ายผู้เลี้ยงไร่พื้นเมืองพันธุ์ประดู่หางดำในจังหวัดเชียงใหม่จำหน่ายไร่พื้นเมืองเฉลี่ยตัวละ 1.20 กิโลกรัมๆละ 70 บาท ต้นทุนการผลิตกิโลกรัมละ 56 บาท ในขณะที่ มานพ กุศลยัง และ อธิสิทธิ์ จำรัสบุญศิริ (2555) รายงานว่าเกษตรกรในจังหวัดอุดรธานีสามารถจำหน่ายไร่พื้นเมืองได้ในราคาสูงถึงกิโลกรัมละ 88.97 บาท อย่างไรก็ตาม แม้ว่าราคาจำหน่ายไร่พื้นเมืองในพื้นที่จังหวัดมหาสารคามจะมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับราคาที่จำหน่ายในจังหวัดนครพนมกิโลกรัมละ 48.72 บาท (สมัย ศรีหาญ, 2546) แต่พบว่ายังมีเกษตรกรที่ประสบปัญหาด้านการตลาดถึงร้อยละ 46 ซึ่งปัญหาที่เกษตรกรส่วนใหญ่ร้อยละ 59.75 ประสบ คือ ขาดการวางแผนการผลิตทำให้ปริมาณและคุณภาพไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค นอกจากนี้จากการศึกษายังพบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ร้อยละ 92.50 ไม่ให้ความสำคัญกับการจดบันทึกข้อมูลการผลิตและการจำหน่ายไร่พื้นเมือง มีเพียงส่วนน้อยเท่านั้นที่มีการจดบันทึกข้อมูลประเภทข้อมูลบัญชีฟาร์ม

2. การรวบรวมและจำหน่ายไร่พื้นเมืองของผู้รวบรวมค้าขายในพื้นที่จังหวัดมหาสารคาม

2.1) ข้อมูลพื้นฐานทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้รวบรวมค้าขายไร่พื้นเมือง พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 96 มีอายุเฉลี่ย 44.60 ปี โดยร้อยละ 60 มีอายุระหว่าง 26-45 ปี มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ร้อยละ 84 ส่วนใหญ่ร้อยละ 44 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาท ประกอบอาชีพค้าขายเป็นอาชีพหลัก ร้อยละ 56 โดยรวบรวมและรับซื้อไร่พื้นเมืองเป็นอาชีพหลักเพียงร้อยละ 28 และที่เหลืออีกร้อยละ 72 ประกอบเป็นอาชีพเสริม และส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการรวบรวมและค้าขายไร่พื้นเมือง 6-10 ปี ร้อยละ 40

2.2) รูปแบบการรวบรวมและการจำหน่ายไร่พื้นเมืองของผู้ค้าในพื้นที่จังหวัดมหาสารคาม พบว่าผู้ค้าหรือผู้รวบรวมปริมาณไร่พื้นเมืองเฉลี่ยเดือนละ 185.24 ตัว โดยมีสัดส่วนการรวบรวมในแต่ละช่วงเทศกาลปีใหม่ ตรุษจีน สงกรานต์ ต้นฝนหรือฤดูทำนา และปลายฝนหรือฤดูเก็บเกี่ยวข้าวเฉลี่ยร้อยละ 34.80, 28.20, 11.40, 10.80 และ 14.80 ตามลำดับ โดยส่วนใหญ่ร้อยละ 96.20 รับซื้อเป็นไร่พื้นเมืองมีชีวิตในราคาเฉลี่ยกิโลกรัมละ 77.60 บาท และที่เหลือร้อยละ 3.20 รับซื้อเป็นไร่พื้นเมืองชำแหละสด ราคาเฉลี่ยกิโลกรัมละ 120 บาท ทั้งนี้ส่วนใหญ่ร้อยละ 100 นำไร่พื้นเมืองที่รวบรวมได้มาชำแหละจำหน่ายในราคาเฉลี่ยกิโลกรัมละ 145 บาท ซึ่งมีราคาจำหน่ายในแต่ละช่วงเทศกาลปีใหม่ ตรุษจีน สงกรานต์ ต้นฝนหรือฤดูทำนา และปลายฝนหรือฤดูเก็บเกี่ยวข้าว

เฉลี่ยกิโลกรัมละ 151.40, 150.80, 145.20, 136.20 และ 141.80 บาท ทั้งนี้ผู้ค้าส่วนใหญ่ร้อยละ 52.30 รวบรวมไก่พื้นเมืองจากการซื้อกับเกษตรกร รองลงมาได้มาจากการซื้อจากผู้ค้าหรือผู้รวบรวม และได้มาจากการเลี้ยงเอง ร้อยละ 27.30 และ 20.50 ตามลำดับ ในขณะที่มีรูปแบบการจำหน่ายเป็นไก่ชำแหละสดร้อยละ 100 โดยการจำหน่ายเองให้กับลูกค้าที่มาซื้อทั่วไป ร้อยละ 92.60 ทั้งนี้ผู้ค้าส่วนใหญ่ร้อยละ 96.40 มีปริมาณการรวบรวมไก่พื้นเมืองเพื่อจำหน่ายได้ไม่เพียงพอกับความต้องการของผู้ซื้อโดยส่วนใหญ่ร้อยละ 48.60 ประสบปัญหาน้ำหนักและอายุไม่ตรงกับความต้องการ รองลงมาประสบปัญหาราคาไม่แน่นอน และปริมาณไม่เพียงพอต่อความต้องการ ร้อยละ 28.60 และ 17.10 ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับรายงานของ เฉลียว บุญมัน (2551) ที่รายงานว่า ผู้รวบรวมไก่พื้นเมืองในพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี ยโสธร และศรีสะเกษ รวบรวมและชำแหละไก่พื้นเมืองจำหน่ายในช่วงเทศกาลเพิ่มขึ้น 1.3 เท่า ซึ่งยังไม่เพียงพอต่อการจำหน่ายเป็นไก่ชำแหละในตลาดสดท้องถิ่น ในขณะที่ ศศิพันธ์ วงศ์สุทธาวาส และ กรรณิการ์ สมบุญ (2551) รายงานว่า ผู้รวบรวมไก่มีชีวิตในพื้นที่อำเภอพังโคน จังหวัดสกลนคร ไม่แน่ใจว่าจะสามารถรวบรวมไก่พื้นเมืองสำหรับส่งร้านจำหน่ายไก่ย่างพังโคนได้ เนื่องจากผู้บริโภคยอมรับรสชาติไก่ย่างพังโคนที่ทำจากไก่ซี (ไก่ไข่เทศผู้) ประกอบกับการจัดส่งไก่ซีจากบริษัทในแต่ละรอบการผลิตมีความสม่ำเสมอมากกว่าไก่พื้นเมือง ซึ่งผู้รวบรวมต้องออกตระเวนรับซื้อไก่พื้นเมืองหมุนเวียนในหมู่บ้าน 4 ครั้งต่อเดือน ทำให้มีความยุ่งยากต่อการจัดการมากกว่าแม้ว่าจะเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคก็ตาม

3. พฤติกรรมและทัศนคติต่อการบริโภคไก่พื้นเมืองของประชาชนในพื้นที่จังหวัดมหาสารคาม

3.1) ข้อมูลพื้นฐานด้านประชากรศาสตร์ของประชาชนผู้บริโภคไก่พื้นเมือง พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 52 และเพศชายร้อยละ 48 ส่วนใหญ่ร้อยละ 34.75 มีอายุระหว่าง 26-45 ปี รองลงมาคืออายุระหว่าง 19-25 ปี และ 46-60 ปี ร้อยละ 27.75 และ 21.50 ตามลำดับ นับถือศาสนาพุทธ ร้อยละ 97.25 มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา ร้อยละ 32.25 รองลงมาระดับปริญญาตรี และประถมศึกษา ร้อยละ 26.00 และ 22.25 ประกอบอาชีพเกษตรกรและรับจ้างทั่วไป ร้อยละ 43.50 รองลงมาประกอบอาชีพรับราชการรัฐวิสาหกิจ และพนักงานเอกชน ร้อยละ 23.00 โดยส่วนใหญ่ร้อยละ 44.00 มีรายได้เฉลี่ยเดือนละ 5,000-10,000 บาท รองลงมาคือรายได้เฉลี่ยเดือนละต่ำกว่า 5,000 บาท และ มากกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 30.50, 25.50 ตามลำดับ

3.2) พฤติกรรมการบริโภคไก่พื้นเมืองของประชาชนในพื้นที่จังหวัดมหาสารคาม พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 98.25 เคยบริโภคไก่พื้นเมืองมาก่อน เฉลี่ยเดือนละ 1.33 ตัว ที่เหลืออีกร้อยละ 1.75 ไม่เคยบริโภค เนื่องจากไม่มีร้านค้าจำหน่ายใกล้บ้าน ราคาแพง และความเชื่อส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 57.14, 28.57 และ 14.29 ตามลำดับ ซึ่งประเภทอาหารจากไก่พื้นเมืองที่ผู้บริโภคเคยรับประทานส่วนใหญ่เป็นประเภทต้มหรือแกง รองลงมาเป็นอาหารประเภทย่าง และลาบ คิดเป็นร้อยละ 30.72, 25.18 และ 21.31 ตามลำดับ ทั้งนี้หากมีร้านค้าจำหน่ายเนื้อไก่ชำแหละสด อาหารปรุงสุกใหม่ และอาหารปรุงสำเร็จรูปที่ทำจากไก่พื้นเมืองผู้บริโภคส่วนใหญ่ร้อยละ 76.75 จะซื้อไปบริโภค โดยรูปแบบอาหารที่จะซื้อส่วนใหญ่เป็นอาหารปรุงสุกใหม่ ไก่ชำแหละสด และอาหารปรุงสำเร็จในบรรจุภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 43.45, 39.56 และ 13.11 ตามลำดับ ทั้งนี้ อำนวย เลี้ยวธารากุล และคณะ (2553)

รายงานว่ แกงสไตล์ล้านนา และ ต้มยำไก่เป็นอาหารยอดนิยมที่คนล้านนาและคนไทยนำเนื้อไก่ประดู่หางดำ เชียงใหม่ 1 มาปรุงร้งมากที่สุด ทั้งนี้การจัดงานประกวดการปรุงอาหารทำให้ผู้บริโภครู้จักไก่พื้นเมืองพันธุ์ประดู่หางดำ เพิ่มมากขึ้นจากร้อยละ 25.5 เป็นร้อยละ 69.4 ในขณะที่ ชูศักดิ์ ประภาสสวัสดิ์ และคณะ (2555) รายงานว่าผู้บริโภคในจังหวัดขอนแก่น เลย และมหาสารคาม นิยมบริโภคเนื้อไก่เป็นอันดับสองรองจากการบริโภคเนื้อหมู ต้มยำเป็นอาหารที่นิยมนำเนื้อไก่ไปปรุงร้งมากที่สุด จากการจัดงานชิมเนื้อไก่ซีท่าพระทำให้ผู้บริโภครู้จักไก่พื้นเมืองพันธุ์ซีท่าพระเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 27.2 เป็น 67.5 ตามลำดับ ในขณะที่ผู้บริโภคในพื้นที่อำเภอพังโคนและอำเภอเมืองจังหวัดสกลนคร ซื้อไก่พื้นเมืองครั้งละ 1-2 ตัว มูลค่าครั้งละ 60-80 บาท ต้องการซื้อไก่พื้นเมืองหรือลูกผสมพื้นเมืองแต่ราคาต้องไม่แพงกว่าเดิมร้อยละ 10 ชอบไก่ย่างที่ทำจากไก่พื้นเมืองมากที่สุด (ศศิพันธ์ วงศ์สุทธาวาส และ กรรณิการ์ สมบุญ, 2551) อย่างไรก็ตามแม้ว่าไก่พื้นเมืองจะเป็นที่ต้องการของตลาดสดในท้องถิ่นมาก แต่ตลาดไก่ย่างมีความต้องการน้อยมาก เนื่องจากการผลิตได้ไม่สม่ำเสมอและต่อเนื่องและมีราคาแพงกว่าไก่กระทง นอกจากนี้ไก่ย่างที่ทำจากไก่พื้นเมืองเมื่อย่างสุกแล้วทิ้งไว้นาน จะทำให้เนื้อจะมีสีคล้ำ แห้ง และหดตัวแข็ง จึงไม่น่ารับประทาน (เฉลียว บุญมัน, 2551)

3.3) **ทัศนคติต่อการบริโภคไก่พื้นเมืองของประชาชนในพื้นที่จังหวัดมหาสารคาม** พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติและให้ความสำคัญในระดับที่มากที่สุด 3 ปัจจัย ประกอบด้วย 1) ปัจจัยที่เกี่ยวกับตัวสินค้า 2) ปัจจัย ได้แก่ รสชาติและความอร่อย (ค่าเฉลี่ย 4.52) ความสะอาดและความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.29) 2) ปัจจัยที่เกี่ยวกับราคาสินค้า 1) ปัจจัย ได้แก่ ราคาเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.28) ในขณะที่มีทัศนคติและให้ความสำคัญในระดับมาก 7 ปัจจัย ประกอบด้วย 1) ปัจจัยที่เกี่ยวกับตัวสินค้า 2) ปัจจัย ได้แก่ คุณค่าทางโภชนาการและสุขภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.69) และการรับรองจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (ค่าเฉลี่ย 3.44) 2) ปัจจัยที่เกี่ยวกับสถานที่จัดจำหน่าย 4) ปัจจัย ได้แก่ สถานที่ตั้งร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.23) สถานที่จอดรถได้สะดวกเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.16) ร้านค้าสะอาดและสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.10) และ ชื่อเสียงของร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.29) 3) ปัจจัยที่เกี่ยวกับการส่งเสริมการขาย 1) ปัจจัย ได้แก่ มารยาท การบริการ และความสุขภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.41) สอดคล้องกับ ศศิพันธ์ วงศ์สุทธาวาส และกรรณิการ์ สมบุญ (2551) รายงานว่า ผู้บริโภคไ้ย่างพังโคนให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อในด้านรสชาติ ความสะอาด ราคาเหมาะสม และความน่ารับประทาน ทั้งนี้ อำนวนย เลี้ยวธารากุล และคณะ (2553) รายงานว่าผู้บริโภคพึงพอใจไก่พื้นเมืองประดู่หางดำเชียงใหม่ 1 ระดับมากที่สุดที่รสชาติดี เนื้อแน่น มีคุณค่าทางอาหาร ในขณะที่ ชูศักดิ์ ประภาสสวัสดิ์ และคณะ (2555) พบว่าผู้บริโภคในจังหวัดขอนแก่น เลย และมหาสารคาม มีความพึงพอใจมากที่สุดในด้านความแน่นนุ่ม กลิ่นหอม รสชาติ และความพึงพอใจโดยรวม ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากเนื้อของไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่ 1 มีค่าแรงตัดผ่านเนื้อ ปริมาณคอลลาเจน และสารประกอบที่มีผลกับรสชาติอร่อยของอาหาร ได้แก่ IMP, AMP และ GMP สูงกว่าไก่ลูกผสมและไก่กระทง (สัญชัย จตุรสิทธา, 2553)

ผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันจะมีทัศนคติต่อการบริโภคไก่พื้นเมืองแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนี้

1. เพศของประชาชนที่แตกต่างกันมีทัศนคติการให้ความสำคัญต่อการบริโภคไก่พื้นเมืองในด้านคุณค่าทางโภชนาการ ความสะอาด ที่จอดรถสะดวกเพียงพอ และความสุภาพของการให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P < 0.05$) โดยเพศหญิงมีทัศนคติให้ความสำคัญในด้านคุณค่าทางโภชนาการ ความสะอาด ที่จอดรถสะดวกเพียงพอ และความสุภาพของการให้บริการมากกว่าเพศชาย

2. อายุของประชาชนที่แตกต่างกันมีทัศนคติการให้ความสำคัญต่อการบริโภคไก่พื้นเมืองในด้านคุณค่าทางโภชนาการ รสชาติความอร่อย ราคาที่เหมาะสม ที่จอดรถสะดวกเพียงพอ และร้านค้าสวยงามบรรยากาศดี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P < 0.05$) โดยกลุ่มผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี และ อายุ 19-25 ปี มีทัศนคติการให้ความสำคัญต่อคุณค่าทางโภชนาการ ที่จอดรถสะดวกเพียงพอ และร้านค้าสวยงามบรรยากาศดี ในขณะที่กลุ่มผู้ที่มีอายุ 26-45 ปี อายุ 46-60 ปี และ อายุ 60 ปี ขึ้นไป มีทัศนคติการให้ความสำคัญต่อรสชาติความอร่อย และราคาที่เหมาะสมของผลิตภัณฑ์อาหารจากไก่พื้นเมือง

3. ระดับการศึกษาของประชาชนที่แตกต่างกันมีทัศนคติการให้ความสำคัญต่อการบริโภคไก่พื้นเมืองในด้านคุณค่าทางโภชนาการ รสชาติความอร่อย ความสะอาด การรับรองจากหน่วยงาน ราคาที่เหมาะสม สถานที่ตั้งใกล้ชุมชน สถานที่จอดรถสะดวกเพียงพอ ร้านค้าสวยงามบรรยากาศดี ชื่อเสียงร้าน และความสุภาพของการให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P < 0.05$) โดยกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี มีทัศนคติการให้ความสำคัญต่อการบริโภคไก่พื้นเมืองในทุกด้านมากกว่าที่ระดับการศึกษาต่ำกว่า ประถม ประถมศึกษา มัธยมศึกษา และประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) หรืออนุปริญญา อย่างไรก็ตามทุกระดับการศึกษามีทัศนคติการให้ความสำคัญมากที่สุดด้านราคาที่เหมาะสม

4. อาชีพของประชาชนที่แตกต่างกันมีทัศนคติการให้ความสำคัญต่อการบริโภคไก่พื้นเมืองในด้านคุณค่าทางโภชนาการ รสชาติความอร่อย ความสะอาด การรับรองจากหน่วยงาน ราคาที่เหมาะสม ที่สถานที่ตั้งใกล้ชุมชน ที่จอดรถสะดวกเพียงพอ ร้านค้าสวยงามบรรยากาศดี ชื่อเสียงร้าน และความสุภาพของการให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P < 0.05$) โดยกลุ่มผู้มีอาชีพที่มั่นคง ได้แก่ รับราชการ รัฐวิสาหกิจ พนักงานเอกชน และกลุ่มผู้มีอาชีพค้าขาย และประกอบธุรกิจส่วนตัว มีทัศนคติการให้ความสำคัญต่อการบริโภคไก่พื้นเมืองในด้านรสชาติความอร่อย ความสะอาด การรับรองจากหน่วยงาน ราคาที่เหมาะสม สถานที่ตั้งใกล้ชุมชน ที่จอดรถสะดวกเพียงพอ ร้านค้าสวยงามบรรยากาศดี และความสุภาพของการให้บริการ มากกว่ากลุ่มอาชีพเกษตรกรและรับจ้างทั่วไป และกลุ่มนักเรียน นักศึกษา

5. รายได้ต่อเดือนของประชาชนที่แตกต่างกันมีทัศนคติการให้ความสำคัญต่อการบริโภคไก่พื้นเมืองในด้านคุณค่าทางโภชนาการ ความสะอาด การรับรองจากหน่วยงาน สถานที่ตั้งใกล้ชุมชนที่จอดรถสะดวกเพียงพอ ร้านค้าสวยงามบรรยากาศดี ชื่อเสียงร้าน และความสุภาพของการให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P < 0.05$) โดยกลุ่มผู้มีรายได้มากกว่า 10,000 บาท/เดือน มีทัศนคติการให้ความสำคัญต่อการบริโภคไก่พื้นเมืองในทุกด้านมากกว่ากลุ่มผู้มีรายได้ 5,000-10,000 บาท/เดือน และ กลุ่มผู้มีรายได้น้อยกว่า 5,000 บาท/เดือน

4. โครงสร้าง พฤติกรรม ผลการดำเนินงาน และวิถีของตลาดไก่พื้นเมือง

4.1) โครงสร้าง และพฤติกรรมของตลาดไก่พื้นเมืองในพื้นที่จังหวัดมหาสารคาม จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง เกษตรกรผู้ผลิต ผลผลิต ผู้รวบรวมค้าขาย และผู้บริโภค พบว่า

1) เกษตรกรผู้ผลิตไก่พื้นเมือง ส่วนใหญ่เป็นฟาร์มเกษตรกรรายย่อยที่มีแม่พันธุ์ไม่เกิน 5 ตัว โดยมีวัตถุประสงค์หลักในการเลี้ยงเพื่อบริโภคในครัวเรือน จึงมีรูปแบบการเลี้ยงแบบปล่อยให้หากินอิสระทั่วไปแล้วเสริมด้วยวัตถุดิบอาหารสัตว์ที่หาได้ง่ายในท้องถิ่น ได้แก่ ข้าวเปลือก ปลายข้าว และรำ ทั้งนี้แม้ว่าเกษตรกรจะมีการจัดการโรงเรือน วัสดุและอุปกรณ์เพียงพอสำหรับการเลี้ยงดูที่ดีแล้ว แต่การปล่อยเลี้ยงอิสระทั่วไป โดยไม่มีรั้วรอบขอบชิดที่ดีและแข็งแรงพอสำหรับป้องกันอันตรายจากศัตรู ประกอบกับขาดการอนุบาลลูกไก่และการสุขภาพป้องกันและรักษาโรคสัตว์ที่ดี จึงส่งผลทำให้ประสิทธิภาพการผลิตต่ำ ผลผลิตจึงไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด ทั้งนี้เกษตรกรจะทำการจำหน่ายไก่พื้นเมืองในรูปแบบไก่มีชีวิตให้กับผู้บริโภคในชุมชนโดยตรง ผู้ค้า และเครือข่ายเกษตรกรในชุมชนนำไปเลี้ยงเพื่อขยายพันธุ์ต่อไป

2) ผู้รวบรวมค้าขายไก่พื้นเมือง ส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่พื้นเมืองที่ทำอาชีพค้าขายรวบรวม และชำแหละไก่พื้นเมืองจำหน่ายเป็นอาชีพเสริม เนื่องจากผลผลิตไก่ภายในฟาร์มของตนเองไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้ซื้อ โดยจะรับซื้อไก่พื้นเมืองจากเพื่อนเกษตรกรในชุมชน เฉลี่ยเดือนละ 185.24 ตัว โดยจะทำการจำหน่ายเป็นไก่พื้นเมืองชำแหละสดให้กับผู้บริโภค ผู้ค้าขายรวบรวมชำแหละ และผู้ประกอบการร้านอาหาร ทั้งนี้ผู้รวบรวมค้าขายประสบปัญหาปริมาณไก่พื้นเมืองที่รวบรวมได้ไม่เพียงพอ ต้องรวบรวมจากเกษตรกรรายย่อยจากหลายฟาร์ม ส่งผลทำให้คุณภาพไม่ได้มาตรฐานทั้งขนาด อายุ และน้ำหนักของไก่พื้นเมืองที่มีความแตกต่างกัน นอกจากนี้ราคารับซื้อยังไม่แน่นอนขึ้นกับความพอใจของเกษตรกรผู้ขายในการตั้งราคาเอง อย่างไรก็ตามแม้ว่าไก่พื้นเมืองจะมีเลี้ยงไว้บริโภคเองเกือบจะทุกครัวเรือนในชุมชน แต่ปัจจุบันพบว่าการฆ่าและชำแหละไก่พื้นเมืองบริโภคเองภายในครัวเรือนมีแนวโน้มลดลง ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากวิถีการดำเนินชีวิตของคนในชุมชนที่เปลี่ยนไปตามภาวะเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม ทำให้มีความต้องการพัฒนาคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น สะดวก และสบาย เช่นเดียวกับคนเมือง

3) ประชาชนผู้ซื้อหรือบริโภคไก่พื้นเมือง ส่วนใหญ่เป็นประชาชนทั่วไปในชุมชนที่เคยบริโภคไก่พื้นเมืองมาก่อน จึงนิยมซื้อไก่ชำแหละสดมาประกอบเมนูอาหารเองที่บ้านเฉลี่ยเดือนละ 1.23 ตัว เมนูอาหารจากไก่พื้นเมืองที่นิยมนำมาทำรับประทาน ได้แก่ ต้ม เนื่องจากเป็นเมนูอาหารอีสานที่สามารถทำได้ง่ายและรวดเร็ว อย่างไรก็ตามจากการศึกษาพบว่าความรู้สึกชื่นชอบของประชาชนที่เคยบริโภคไก่พื้นเมืองแล้วอยากรับประทานอีกมีแนวโน้มลดลง ทั้งนี้เนื่องจากร้านจำหน่ายไก่พื้นเมืองชำแหละสดหาซื้อยากส่วนใหญ่มีจำหน่ายเฉพาะตลาดสดช่วงเย็น หรือตลาดนัดในหมู่บ้านหรือชุมชนสัปดาห์ละวันเท่านั้น ประกอบกับไก่พื้นเมืองมีราคาแพงเมื่อเปรียบเทียบกับไก่กระทางที่มีจำหน่ายทั่วไปในตลาดตลอดเวลา ทั้งนี้หากมีร้านจำหน่ายไก่พื้นเมืองใกล้บ้าน ประชาชนส่วนใหญ่ต้องการซื้อไก่พื้นเมืองประเภทปรุงสุกใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับวิถีการดำเนินชีวิตของคนในชุมชน

ส่วนใหญ่ที่ประกอบอาชีพรับจ้างเป็นรายได้เสริม จึงต้องการบริโภคอาหารที่อร่อย สะดวก รวดเร็ว และประหยัดเวลาที่สุดเท่าที่จะทำได้

4.2) ผลการดำเนินงานของตลาด

ผลการดำเนินงานของตลาดไถ่พื้นเมืองในจังหวัดมหาสารคามเป็นตลาดที่มีการซื้อขายกันเองในชุมชน เกษตรกรผู้ผลิตยังคงเป็นเกษตรกรรายย่อยรายละไม่เกิน 5 ไร่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการบริโภคภายในครัวเรือนเกษตรกรส่วนใหญ่จึงยังคงเลี้ยงไถ่พื้นเมืองแบบปล่อยอิสระให้หากินเองตามธรรมชาติหลังบ้าน ขาดความเอาใจใส่ในการจัดการอนุบาล เลี้ยงดู และวางแผนการผลิต จึงทำให้ประสิทธิภาพการผลิตต่ำ ผลผลิตไม่ต่อเนื่อง และสม่ำเสมอ แต่อย่างไรก็ตามเกษตรกรผู้ผลิตยังสามารถตั้งราคาขายได้เอง ทำให้ราคาซื้อขายไถ่พื้นเมืองในแต่ละพื้นที่อำเภอแตกต่างกันค่อนข้างมาก ไถ่พื้นเมืองมีชีวิตที่เกษตรกรจำหน่ายน้ำหนักเฉลี่ยตัวละ 1.41 กิโลกรัม ราคา กิโลกรัมละ 74.06 บาท ดังนั้น เกษตรกรผู้ผลิตที่หันมาประกอบอาชีพเสริมเป็นผู้ค้าขาย รวบรวม และชำแหละ ในราคาเฉลี่ยกิโลกรัมละ 120 บาท และจะนำไปจำหน่ายให้กับผู้บริโภคโดยตรงราคาเฉลี่ยกิโลกรัมละ 145 บาท ซึ่งสูงกว่าไถ่เนื้อที่มีจำหน่ายทั่วไปราคาเฉลี่ยกิโลกรัมละ 80 บาท อย่างไรก็ตามแม้ว่าไถ่พื้นเมืองจะเป็นอาหารประเภทโปรตีนจากเนื้อสัตว์ที่รสชาติอร่อย สะอาด และปลอดภัยสำหรับผู้บริโภคที่รักสุขภาพ เนื่องจากเลี้ยงในระบบเกษตรธรรมชาติที่ไม่ใช้สารเร่งการเจริญเติบโต แต่เนื่องจากมีราคาที่สูงและหาซื้อได้ยากกว่าไถ่เนื้อ จึงอาจส่งผลทำให้ความรู้สึกของประชาชนที่เคยบริโภคแล้วมีความชื่นชอบลดลงได้ ประกอบกับวิถีการดำเนินชีวิตของคนในสังคมเปลี่ยนไปทำให้ผู้บริโภคที่ยังคงชื่นชอบในรสชาติของไถ่พื้นเมืองมีแนวโน้มปรับเปลี่ยนพฤติกรรมและความต้องการบริโภคอาหารปรุงสุกใหม่พร้อมรับประทานมากขึ้น จากอดีตที่นิยมซื้อเนื้อไถ่พื้นเมืองชำแหละสดไปปรุงรับประทานเอง

4.3) วิธีการตลาดไถ่พื้นเมือง

วิธีการตลาดหรือช่องทางการตลาดไถ่พื้นเมืองในพื้นที่จังหวัดมหาสารคาม เป็นการแสดงการเคลื่อนไหวของสินค้าจากผู้ผลิต ผ่านพ่อค้าคนกลางประเภทใดบ้าง จำนวนเท่าใดก่อนถึงมือผู้บริโภค โดยผลการศึกษาพบว่าเกษตรกรผู้เลี้ยงไถ่พื้นเมืองทำการผลิตเพื่อบริโภคในครัวเรือน เหลือจึงจำหน่ายเป็นไถ่มีชีวิตให้กับผู้บริโภคในชุมชน ร้อยละ 46.60 พ่อค้าผู้รวบรวมในชุมชน ร้อยละ 29.49 เครือข่ายเกษตรกร ร้อยละ 24.28 ในขณะที่ผู้ค้าขายรวบรวมรับซื้อไถ่มีชีวิตมาทำการชำแหละจำหน่ายให้ผู้บริโภคโดยตรงในตลาดชุมชน ร้อยละ 92.60 และผู้ค้าขายไถ่ชำแหละสดไปจำหน่ายอีกทอดให้กับผู้บริโภคในตลาดชุมชน ร้อยละ 3.70 และอีกร้อยละ 3.70 จำหน่ายให้ผู้ประกอบการร้านอาหาร ซึ่งวิธีการตลาดไถ่พื้นเมืองในพื้นที่จังหวัดมหาสารคามตั้งแต่เกษตรกรผู้ผลิตจนกระทั่งถึงมือผู้บริโภค แสดงรายละเอียดตามภาพที่ 4 ซึ่งจากการศึกษาจะเห็นได้ว่า วิถีตลาดไถ่พื้นเมืองในพื้นที่จังหวัดมหาสารคามยังเป็นวิถีตลาดของชุมชนอย่างแท้จริง เนื่องจากเกษตรกรผู้เลี้ยงทำหน้าที่ทั้งผลิต รวบรวมชำแหละ และจำหน่ายให้กับผู้บริโภคโดยตรง อย่างไรก็ตาม ศศิพันธ์ วงศ์สุทธาวาส และกรรณิการ์ สมบุญ (2551) รายงานว่า สำหรับห่วงโซ่การผลิต ไถ่ภายในอำเภอพังโคนเริ่มจากผู้รวบรวมไถ่ซื้อมาซื้อไถ่ซี (ไถ่ไขเพศผู้) มีชีวิตจาก

บริษัทแล้วนำมาชำแหละส่งให้กับร้านจำหน่ายไก่ย่าง ส่วนผู้รวบรวมในอำเภอเมืองรับซื้อทั้งไก่พื้นเมือง กระทง และไก่ซีจากบริษัทแล้วนำมาชำแหละส่งร้านจำหน่ายไก่ย่าง โดยผู้รวบรวมในทั้งสองอำเภอจะทำการออกตระเวนรับซื้อไก่พื้นเมืองมีชีวิตหมุนเวียนตามหมู่บ้าน 4 เดือนต่อครั้ง ทั้งนี้ผู้จำหน่ายไก่ในตลาดสดอำเภอเมืองสกลนครมีส่วนแบ่งการตลาดไก่กระทงสูงถึงร้อยละ 75 ประกอบไก่ซีเป็นที่รู้จักของผู้บริโภคไก่ย่างฟังโคนแล้ว จึงไม่สนใจจะรับซื้อไก่พื้นเมืองหรือลูกผสมพื้นเมืองมาจำหน่ายแม้ว่าจะมีผู้บริโภคบางส่วนที่ต้องการก็ตาม สอดคล้องกับรายงานของ อำนวนย เลี้ยวธรากรกุล (2553) ที่กล่าวว่า ส่วนแบ่งทางการตลาดของไก่พื้นเมืองมีน้อยมากเมื่อเปรียบเทียบกับไก่กระทง ซึ่งทั้งไก่พื้นเมืองและไก่พื้นเมืองลูกผสมมีส่วนแบ่งทางการตลาดทั้งหมดเพียงร้อยละ 10 เนื่องจากสภาพการเลี้ยงเป็นแบบหลังบ้านทำให้วิถีการตลาดไก่พื้นเมืองเป็นไปในทิศทางที่พ่อค้าต้องไปรวบรวมหาซื้อไก่มีชีวิตจากเกษตรกรในหมู่บ้านต่างๆ จากนั้นนำไปส่งพ่อค้าชำแหละหรือทำการชำแหละเอง แล้วนำไปจำหน่ายตามตลาดชุมชนและจำหน่ายให้กับผู้บริโภคต่อไป ซึ่งวิถีการตลาดแบบนี้ทำให้ไก่ที่รับซื้ออายุและขนาดต่างกัน ตลอดจนเสี่ยงต่อการติดโรคระบาด ประกอบกับการบริโภคไก่ในชีวิตประจำวันของคนในชุมชนมีน้อยเฉลี่ยเดือนละ 1 ตัวต่อครัวเรือน โดยจะนิยมบริโภคไก่ในโอกาสพิเศษเท่านั้น ซึ่งแตกต่างกับชุมชนที่มีสังคมกึ่งเมืองกึ่งชนบทมีการบริโภคไก่เฉลี่ยเดือนละ 6 ตัวต่อครัวเรือน และเหตุผลที่ผู้บริโภคนิยมรับประทานเนื้อไก่พื้นเมืองเนื่องจากหากเปรียบเทียบคุณภาพเนื้อไก่พื้นเมืองและไก่พื้นเมืองลูกผสมกับไก่เนื้อแล้วพบว่าคุณภาพเนื้อไก่พื้นเมืองและไก่พื้นเมืองลูกผสมดีกว่าไก่เนื้อ ในแง่ของรสชาติและปลอดภัยต่อสุขภาพของผู้บริโภค ดังนั้นจึงจำเป็นต้องสร้างการรับรู้คุณค่าและคุณประโยชน์ของไก่พื้นเมืองให้ผู้บริโภคได้รับรู้เพื่อประกอบการตัดสินใจซื้อต่อไป

สรุปและข้อเสนอแนะ

1. สรุปผลการศึกษา

1.1 ระบบการผลิตไก่พื้นเมืองของเกษตรกร ส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรรายย่อยที่มีแม่พันธุ์ไม่เกิน 5 ตัว เลี้ยงเพื่อบริโภคภายในครัวเรือน โดยปล่อยเลี้ยงอิสระทั่วไป ให้จับคู่ผสมพันธุ์กันเองตามธรรมชาติ ไม่มีรั้วรอบขอบชิด ป้องกันอันตราย จึงส่งผลให้ไก่พื้นเมืองส่วนใหญ่เป็นพันธุ์ลูกผสม แม่พันธุ์ไก่พื้นเมืองให้ผลผลิตไข่เฉลี่ยปีละ 3.35 ชุดๆละ 11.20 ฟอง ให้แม่ไก่ฟักไข่และเลี้ยงลูกเองตามธรรมชาติ อัตราการให้ลูกรอดชีวิตเฉลี่ยปีละ 29.66 ตัวต่อแม่ มีการจัดการโรงเรือนและวัสดุอุปกรณ์ในการเลี้ยงที่ดี แต่ให้หากินเองตามธรรมชาติเป็นหลักแล้วเสริมด้วยอาหารชั้นเพียงเล็กน้อย โดยมีต้นทุนการผลิตส่วนใหญ่เป็นค่าอาหารสัตว์เฉลี่ยปีละ 506.92 บาท ทั้งนี้เกษตรกรส่วนใหญ่ประสบปัญหาขาดความรู้ด้านการสุขภาพ ป้องกัน และรักษาโรคสัตว์ การปรับปรุงพันธุ์ การจัดการด้านอาหารสัตว์ การวางแผนการผลิตและการตลาด

1.2 ระบบการตลาดไก่พื้นเมืองในพื้นที่จังหวัดมหาสารคาม เป็นตลาดที่มีการซื้อขายกันเองในชุมชน ผู้ผลิตเป็นเกษตรกรรายย่อย มีวัตถุประสงค์ในการเลี้ยงไว้เพื่อบริโภคภายในครัวเรือน จึงขาดความเอาใจใส่ในการอนุบาล การสุขภาพ การจัดการด้านอาหาร และการวางแผนการผลิต จึงทำให้ประสิทธิภาพการผลิตต่ำ ผลผลิตมี

ปริมาณและคุณภาพไม่แน่นอน แต่เกษตรกรยังสามารถกำหนดราคาขายได้เอง โดยจะจำหน่ายไก่พื้นเมืองมีชีวิต น้ำหนักเฉลี่ยตัวละ 1.41 กิโลกรัมๆละ 74.06 บาท ให้กับผู้บริโภคส่วนใหญ่ในชุมชน ในขณะที่มีผู้รวบรวมค้าขาย เป็นเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่พื้นเมืองที่หันมาประกอบอาชีพเสริมเป็นผู้รวบรวมและฆ่าแหละเอง เฉลี่ยเดือนละ 185.24 ตัว โดยจะจำหน่ายให้กับผู้ค้ารายอื่นและผู้ประกอบการร้านอาหารในราคาเฉลี่ยกิโลกรัมละ 120 บาท ส่วนใหญ่ จำหน่ายเองให้กับผู้บริโภคในตลาดชุมชนราคาเฉลี่ยกิโลกรัมละ 145 บาท ทั้งนี้ ผู้รวบรวมค้าขายส่วนใหญ่ประสบ ปัญหาจากอายุและน้ำหนักไก่พื้นเมืองที่รวบรวมได้ไม่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งวิธีการตลาดไก่พื้นเมือง ในพื้นที่จังหวัดมหาสารคาม เริ่มต้นจากเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่พื้นเมืองทำการผลิตเพื่อบริโภคในครัวเรือน เหลือจึง จำหน่ายเป็นไก่มีชีวิตให้กับผู้บริโภคในชุมชน ร้อยละ 46.60 พ่อค้า ผู้รวบรวมในชุมชน ร้อยละ 29.49 เครือข่าย เกษตรกร ร้อยละ 24.28 ในขณะที่ผู้ค้าขายรวบรวมรับซื้อไก่วงมีชีวิตมาทำการฆ่าแหละจำหน่ายให้กับผู้บริโภค โดยตรงในตลาดชุมชน ร้อยละ 92.60 และผู้ค้าขายไก่ฆ่าแหละสดไปจำหน่ายอีกทอดให้กับผู้บริโภคในตลาดชุมชน ร้อยละ 3.70 และจำหน่ายให้ผู้ประกอบการร้านอาหารอีกร้อยละ 3.70

1.3 ประชาชนในจังหวัดมหาสารคาม ส่วนใหญ่เคยบริโภคไก่พื้นเมือง เป็นอาหารประเภทต้ม เฉลี่ยเดือนละ 1.33 ตัว เมื่อรับประทานแล้วรู้สึกชอบและอยากรับประทานอีก หากมีร้านค้าจำหน่ายใกล้บ้านก็จะซื้อไปบริโภค โดยมีความต้องการซื้อเป็นอาหารประเภทปรุงสุกใหม่ที่พร้อมรับประทานได้ทันที ทั้งนี้มีทัศนคติต่อการบริโภค อาหารที่ทำจากเนื้อไก่พื้นเมืองมากที่สุด 3 ปัจจัย ได้แก่ รสชาติความอร่อย (ค่าเฉลี่ย 4.52) ความสะอาดปลอดภัย ได้มาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 4.29) และราคาที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.28) อย่างไรก็ตามแม้ว่าเนื้อไก่พื้นเมืองจะมีรสชาติ อร่อย สะอาด ปลอดภัย และเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคแต่เนื่องจากมีราคาที่สูงและหาซื้อได้ยากกว่าไก่เนื้อ จึงอาจ ส่งผลทำให้แนวโน้มความรู้สึกชื่นชอบของประชาชนที่เคยบริโภคแล้วอยากรับประทานอีกลดลง

1.4 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ มีผลทำให้ทัศนคติการให้ ความสำคัญต่อการบริโภคไก่พื้นเมืองในด้านคุณค่าทางโภชนาการ รสชาติความอร่อย ความสะอาด การรับรองจาก หน่วยงาน ราคาที่เหมาะสม สถานที่ตั้งใกล้ชุมชน ที่จอดรถสะดวกเพียงพอ ร้านค้าสวยงามบรรยากาศดี ชื่อเสียง ร้าน และความสุขภาพของการให้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P < 0.05$) ดังนี้

1) เพศหญิงมีทัศนคติให้ความสำคัญในด้านคุณค่าทางโภชนาการ ความสะอาด ที่จอดรถสะดวกเพียงพอ และความสุขภาพของการให้บริการมากกว่าเพศชาย กลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปมีทัศนคติการให้ ความสำคัญต่อการบริโภคไก่พื้นเมืองในทุกด้านมากกว่าที่ระดับการศึกษาต่ำกว่าระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นสูง (ปวส.) หรืออนุปริญญาลงมา โดยทุกระดับการศึกษามีทัศนคติการให้ความสำคัญมากที่สุดด้านราคาที่เหมาะสม

2) กลุ่มผู้มีอาชีพที่มั่นคง ได้แก่ รับราชการ รัฐวิสาหกิจ พนักงานเอกชน และกลุ่มผู้มีอาชีพค้าขายและ ประกอบธุรกิจส่วนตัว มีทัศนคติการให้ความสำคัญต่อการบริโภคไก่พื้นเมืองในด้านรสชาติความอร่อย ความ สะอาด การรับรองจากหน่วยงาน ราคาที่เหมาะสม สถานที่ตั้งใกล้ชุมชน ที่จอดรถสะดวกเพียงพอ ร้านค้าสวยงาม

บรรยากาศดี และคุณภาพของการให้บริการ มากกว่ากลุ่มอาชีพเกษตรกรและรับจ้างทั่วไป และกลุ่มนักเรียนนักศึกษา

3) กลุ่มผู้มีรายได้มากกว่า 10,000 บาท/เดือน มีทัศนคติการให้ความสำคัญต่อการบริโภคไก่พื้นเมืองในทุกระดับมากกว่ากลุ่มผู้มีรายได้ 5,000-10,000 บาท/เดือน และ กลุ่มผู้มีรายได้น้อยกว่า 5,000 บาท/เดือน

2. ข้อเสนอแนะ

แม้ว่าระบบการผลิตและการตลาดไก่พื้นเมืองในพื้นที่จังหวัดมหาสารคามจะมีข้อจำกัดอยู่ค่อนข้างมาก แต่เมื่อพิจารณาถึงความต้องการของผู้บริโภคแล้ว จะเห็นได้ว่าไก่พื้นเมืองมีโอกาสด้านการตลาดสูงมาก ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความสนใจร่วมกันส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาประสิทธิภาพการผลิต การแปรรูปผลิตภัณฑ์ และการบริโภคไก่พื้นเมือง ตลอดจนร่วมกันสร้างอัตลักษณ์ให้ไก่พื้นเมืองเป็นสินค้าเกษตรของชุมชนที่สะอาด ปลอดภัย ได้มาตรฐาน หาซื้อง่าย และสะดวกต่อการนำไปบริโภค โดยสร้างการรับรู้เพื่อกระตุ้นให้ชุมชนเห็นคุณค่าและความสำคัญของไก่พื้นเมืองในฐานะสัตว์เศรษฐกิจที่มีศักยภาพในการนำมาเลี้ยงเพื่อเป็นอาชีพสร้างรายได้ให้กับตนเองและครอบครัวได้อย่างยั่งยืน ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่เกษตรกรสามารถผลิตพันธุ์ตัวเองพึ่งพาอาหารในภูมิท้องถิ่น สามารถปรับวิธีการเลี้ยงให้เข้าสู่ระบบปล่อยเลี้ยงอิสระ (Free-range system) และระบบอินทรีย์ (Organic) เพื่อเพิ่มมูลค่าและตอบสนองต่อความต้องการอาหารปลอดภัยของผู้บริโภค ส่งผลทำให้เกิดความเข้มแข็งภายในชุมชน

เอกสารอ้างอิง

- กิตติ กุบแก้ว และ สุวัฒน์ มัตราช. 2547. สภาพการผลิตและความต้องการเทคโนโลยีที่จำเป็นในการเลี้ยงไก่พื้นเมืองของเกษตรกรภายใต้โครงการศูนย์บริการและถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตรประจำตำบลในจังหวัดมหาสารคาม. วารสารวิชาการปศุสัตว์เขต 4 ปีที่ 8 ฉบับที่ 18 เมษายน-สิงหาคม 2547. หน้า 9-36.
- กุลล สุนทรธาดา. 2553. ประชากรและการพัฒนา. ปีที่ 31 ฉบับที่ 2 เดือน ธันวาคม – มกราคม 2553 (5 มกราคม, 2558). Available from. <http://www.popterms.mahidol.ac.th/newsletter/showarticle.php?articleid=210>.
- ชนิษฐา เรื่องวิทยานุสรณ์, อุไร แสนคุณท้าว, นารินทร์ สาระภีร์, รัชณี ชาวสวน และ อรุณรัตน์ หากันได้. 2556. การเลี้ยงไก่พื้นเมืองด้วยอาหารในระบบเกษตรธรรมชาติ. ว. วิทย. กษ. 44:1(พิเศษ) 155-158.
- เฉลียว บุญมัน. 2551. การศึกษาความเป็นไปได้ของการผลิตไก่พื้นเมืองเชิงพาณิชย์ในระดับชุมชน: กรณีศึกษาไก่อย่างบ้านแคน, ไก่อย่างไม้มะดัน และการค้าขายไก่พื้นเมืองในตลาดบางแห่งของจังหวัดยโสธรศรีสะเกษ และอุบลราชธานี (19 มีนาคม, 2557). Available from. http://elibrary.trf.or.th/project_content.asp?PJID=RDG5120075.

- เดิมศักดิ์ สุขวิบูลย์. 2552. ข้อคำนึงในการสร้างเครื่องมือประเภทมาตรวัดประมาณค่า (Rating scale) เพื่อ
งานวิจัย.(16 ตุลาคม, 2558). Available from. [http://ms.src.ku.ac.th/schedule/Files/2553/
Oct/1217086.doc](http://ms.src.ku.ac.th/schedule/Files/2553/Oct/1217086.doc).
- ชูศักดิ์ ประภาสวัสต์, สุเทพ เหลาทอง, อำนวย เลี้ยวธารากุล, ประสิทธิ์ รัตนขวานนนท์ และ ชัชวาล ประเสริฐ.
2555. การพัฒนาไก้พื้นเมืองพันธุ์ซีท่าพระเชิงเศรษฐกิจเพื่อตอบสนองอาชีพเกษตรกรและผู้บริโภค.
(9 ตุลาคม, 2557). Available from. [http://elibrary.trf.or.th/project_content.asp?
PJID=RDG5520056](http://elibrary.trf.or.th/project_content.asp?PJID=RDG5520056).
- บัญญัติ เหล่าไพบูลย์ และ สุวัฒน์ จิตต์ปราณี. 2542. รายงานการวิจัย เรื่อง การศึกษาเกี่ยวกับการผลิตไก้
พื้นเมืองในหมู่บ้านของอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น. คณะเกษตรศาสตร์. มหาวิทยาลัยขอนแก่น. 22 หน้า.
- มานพ กุศลยัง และ อิทธิพัทธ์ จำรัสบุญศิริ. 2555. การศึกษาสายพันธุ์และสภาพการเลี้ยงไก้พื้นเมืองของ
เกษตรกรรายย่อยในจังหวัดอุดรธานี. วารสารวิชาการปศุสัตว์เขต 4 ปีที่ 16 ฉบับที่ 30 กรกฎาคม 2555.
หน้า 44-71.
- สมัย ศรีหาญ. 2546. ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับประสิทธิผลการปฏิบัติงานฟาร์มสายพันธุ์ไก้พื้นเมืองในจังหวัดนครพนม.
วิทยานิพนธ์เกษตรศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาส่งเสริมการเกษตรและสหกรณ์.
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สวัสดิ์ ธรรมบุตร, ศิริพันธ์ โมราถบ, บุญศักดิ์ เกลียวกมลทัต และอัมพร ธรรมบุตร. 2549. คู่มือการเลี้ยง
ไก้พื้นเมือง. พิมพ์ครั้งที่ 5. โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร.
- สัญชัย จตุรสิทธา .2553. คุณภาพเนื้อ กลิ่น และรสชาติของไก้ประดู่หางดำเชียงใหม่ 1. (19 มีนาคม, 2557).
Available from. [http://elibrary.trf.or.th/
project_content.asp?PJID=RDG5320023](http://elibrary.trf.or.th/project_content.asp?PJID=RDG5320023).
- ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กรมปศุสัตว์. 2557. ระบบฐานข้อมูลเกษตรกรผู้เลี้ยงสัตว์.
(24 กุมภาพันธ์, 2557). Available from. [http://region4.dld.go.th/province/
8.others_province.pdf](http://region4.dld.go.th/province/8.others_province.pdf).
- ศศิพันธ์ วงศ์สุทธาวาส และ กรรณิการ์ สมบุญ. 2551. การศึกษาความเป็นไปได้ของการใช้ไก้พื้นเมืองหรือ
ลูกผสมพื้นเมืองเชิงพาณิชย์ในระดับชุมชนในจังหวัดสกลนคร. (19 มีนาคม, 2557). Available from.
http://elibrary.trf.or.th/project_content.asp?PJID=RDG5120077.
- ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กรมปศุสัตว์. 2557. ระบบฐานข้อมูลเกษตรกรผู้เลี้ยงสัตว์. (21 มีนาคม,
2557). Available from. [http://ict.dld.go.th/th2/images/
stories/stat_web/yearly/2557/
aumpher/5.chick_amp.pdf](http://ict.dld.go.th/th2/images/stories/stat_web/yearly/2557/aumpher/5.chick_amp.pdf).

อำนาจ เลี้ยวธารากุล. 2553. ไก่พื้นเมือง: โอกาสบนเวทีวัฒนธรรม.(19 มีนาคม, 2558). Available from.
[http://breeding.dld.go.th/poultry/images/stories/pradu_hangdum/
native%20chicken.pdf](http://breeding.dld.go.th/poultry/images/stories/pradu_hangdum/native%20chicken.pdf).

อำนาจ เลี้ยวธารากุล, ศิริพันธ์ โมราถบ, ตรุณี ณ รังสี, ชาตรี ประทุม, สันติ แฝงม้า และอภิรักษ์ เพียรมงคล
.2553. การสร้างอัตลักษณ์ของไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่ 1. (13 มีนาคม, 2557). Available from.
http://elibrary.trf.or.th/project_content.asp?PJID=RDG5320013.

Yamane, Taro. 1967. Statistics, An Introductory Analysis, 2nd Ed., New York: Harper and Row.