

แนวทางการส่งเสริมเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการเลี้ยงไก่สายพันธุ์โคราช  
ในเขตอำเภอพนมดงรัก จังหวัดสุรินทร์

**The Guidelines of Supports and Increasing the Potential of Entrepreneurs  
Raising Korat Breed Chickens in Phanom Dong Rak District  
of Surin Province**

ศิริกมล ประภาสพงษ์

มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ

**Sirikamol Prapatpong**

Sisaket Rajabhat University, Thailand

E-mail:SirikamolP.sskru@gmail.com

\*\*\*\*\*

**บทคัดย่อ**

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันของผู้ประกอบการเลี้ยงไก่สายพันธุ์โคราชในเขตอำเภอพนมดงรัก จังหวัดสุรินทร์ และ 2) เพื่อศึกษาแนวทางการส่งเสริมเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการเลี้ยงไก่สายพันธุ์โคราชในเขตอำเภอพนมดงรัก จังหวัดสุรินทร์ เป็นงานวิจัยแบบผสมผสาน โดยงานวิจัยเชิงคุณภาพเก็บข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ประกอบการเลี้ยงไก่สายพันธุ์โคราชรายเล็กและรายใหญ่ จำนวน 5 คน และกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้เลี้ยงไก่พันธุ์เนื้อในจังหวัดสุรินทร์ จำนวน 20 คน นำข้อมูลมาวิเคราะห์แบบอุปนัย และวิเคราะห์ด้วยสถิติพรรณนา ผลการวิจัยพบว่า

1) สภาพปัจจุบันของผู้ประกอบการเลี้ยงไก่สายพันธุ์โคราชรายเล็กมีการจำหน่ายไก่ให้กับพ่อค้าคนกลาง หาดตลาดส่งเอง มีกลุ่มลูกค้าเดิมและลูกค้าใหม่จากการบอกต่อ ราคาไก่ผันผวน ระบบบริหารจัดการฟาร์มไม่ได้มีมาตรฐานตามปศุสัตว์ มีการส่งเสริมการตลาดเองและมีหน่วยงานราชการเชิญไปร่วมแสดงสินค้าตามเทศกาล ผู้ประกอบการเลี้ยงไก่สายพันธุ์โคราชรายใหญ่ ระบบบริหารจัดการฟาร์มมีมาตรฐาน ทำข้อตกลงรับซื้อกับบริษัทรายใหญ่ ส่งภัตตาคาร โรงแรมชั้นนำ ห้างสรรพสินค้าที่เป็นคู่ค้ากันมาหลายปี

2) แนวทางการส่งเสริมเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการเลี้ยงไก่สายพันธุ์โคราชทั้งรายเล็กและรายใหญ่มีความต้องการส่งเสริมเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการเลี้ยงไก่สายพันธุ์โคราชอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งจะทำให้ฟาร์มมีผลิตภัณท์ที่ดีมีมาตรฐานเพิ่มขึ้น มีช่องทางการจำหน่ายที่กว้างและหลากหลายมากขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการรายเล็กจนถึงรายใหญ่อยากให้มีการส่งเสริมการขาย/การสร้างการรับรู้ ที่ไม่แตกต่างกัน

**คำสำคัญ:** ศักยภาพผู้ประกอบการ; การเลี้ยงไก่; การเลี้ยงไก่สายพันธุ์โคราช

\* วันที่รับบทความ : 30 เมษายน 2567; วันแก้ไขบทความ 11 มิถุนายน 2567; วันตอบรับบทความ : 12 มิถุนายน 2567

## Abstract

The objectives of this research were: 1) To study the current condition of entrepreneurs raising Korat breed chickens in Phanom Dong Rak District. Surin Province and 2) To study guidelines for promoting and increasing the potential of entrepreneurs raising Korat breed chickens in Phanom Dong Rak District. It is a mixed methods research. The qualitative research collected data by means of in-depth interviews from a target group of 5 small and large Kraja chicken farmers. and a sample group of 20 people who were broiler breeders in Surin Province. The data were analyzed inductively. and analyzed with descriptive statistics. The research results found that:

1) The current situation of small Korat breed chicken farmers is selling chicken to middlemen, finding wholesale markets on their own, and having existing and new customers from word of mouth. Chicken prices fluctuate The farm management system is not standardized according to livestock. Animals have their own marketing promotions and government agencies invite them to participate in festival exhibitions. Major Korat breed chicken farming operator The farm management system is standardized. Make purchasing agreements with major companies, supplying leading restaurants, hotels, and department stores that have been partners for many years.

2) Guidelines for promoting and increasing the potential of entrepreneurs raising Korat breed chickens, both small and large businesses have the highest level of desire to promote and increase the potential of entrepreneurs raising Korat breed chickens. This will allow the farm to have good products with increased standards. There are wider and more diverse distribution channels. Make small to large entrepreneurs want to promote sales/create awareness. that is no different.

**Keywords:** Entrepreneurial Potential; Raising Chickens; Raising Korat Breed Chickens

## บทนำ

ปัจจุบัน ประเทศไทยมีเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้อมากกว่า 3 หมื่นราย และในแต่ละปีมีผลผลิตไก่เนื้อประมาณ 3 ล้านตัน ซึ่งอุตสาหกรรมไก่เนื้อมีความสำคัญต่อประเทศ ทั้งด้านความมั่นคงทางอาหาร และความมั่นคงทางเศรษฐกิจ โดยไก่เป็นสินค้าเกษตรและอาหารส่งออกที่สำคัญลำดับต้น ๆ ของไทย รองจากสินค้าเพียงไม่กี่รายการ เช่น ข้าว และทุเรียนไตรมาสแรกของปี 2566 พบว่า ราคาไก่เนื้อที่เกษตรกรขายได้ เฉลี่ยอยู่ที่ 44.9 บาท/กิโลกรัม เพิ่มขึ้น 11.1% เทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2566 ปริมาณการผลิตไก่ของไทยมีแนวโน้มเติบโตเฉลี่ย 2.5-3.5% ต่อปี ในปี 2566-2568 โดยตลาดในประเทศมีแนวโน้มกระเตื้องขึ้นตามภาวะเศรษฐกิจที่ทยอยฟื้นตัว โดยเฉพาะธุรกิจอาหารและร้านอาหาร ตามภาวะธุรกิจท่องเที่ยวที่จะเติบโตในอัตราเร่งหลังการเปิดประเทศเต็มรูปแบบเพื่อรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ขณะที่การส่งออกผลิตภัณฑ์ไก่เนื้อจะเติบโตต่อเนื่อง โดยมีแรงหนุนจาก 1) ความต้องการบริโภคของประเทศคู่ค้าสำคัญ อาทิ ญี่ปุ่น และ สหราชอาณาจักร ที่ยังคงเพิ่มขึ้นตามอุปสงค์ที่เกี่ยวข้องกับความมั่นคงทางอาหาร 2) การขยายตลาดไปยังประเทศในตะวันออกกลาง โดยเฉพาะซาอุดีอาระเบีย จากความสัมพันธ์ทางการค้าที่เปิด

กว้างขึ้น และ 3) การยอมรับในมาตรฐานการผลิตของไทย ตลอดจนความตกลงการค้าเสรี (FTA) ระหว่างไทยและประเทศคู่ค้าที่สำคัญ ความต้องการบริโภคเนื้อไก่มีแนวโน้มเติบโตตามกิจกรรมทางเศรษฐกิจทั้งในและต่างประเทศ ฟาร์มขนาดใหญ่จะมีความได้เปรียบจากการประหยัดต่อขนาด มีระบบการบริหารจัดการที่ดี และมีตลาดรองรับที่แน่นอน โดยเฉพาะฟาร์มที่อยู่ในห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมไก่แช่แข็งและแปรรูป (ศูนย์วิจัยกรุงศรีอยุธยา, 2566)

ดังนั้นการบริหารจัดการฟาร์ม เป็นสิ่งสำคัญมากที่สุด เนื่องจากการประกอบธุรกิจจะประสบความสำเร็จได้นั้นจะต้องมีองค์ประกอบ 3 ส่วน คือ มีพันธุ์สัตว์ที่ดีมีอาหารที่ใช้ในการเลี้ยงดีและต้องมีการบริหารจัดการฟาร์มที่ดีด้วย ผู้ประกอบการจะต้องมีการวางแผนการจัดการฟาร์มที่ดีแล้วการดำเนินธุรกิจเลี้ยงสัตว์ประสบความสำเร็จ ดังนั้นผู้ประกอบการจะต้องเป็นผู้ที่ความรู้เรื่องการบริหารจัดการฟาร์มที่ดีในด้านต่างๆ เช่น การจัดการเลี้ยงดูสัตว์การจัดการให้อาหารสัตว์การจัดการโรงเรือน การจัดการเรื่องสุขาภิบาลและการควบคุมป้องกันโรคในสัตว์แต่ละชนิดจะใช้วิธีการจัดการที่แตกต่างกันไป พื้นฐานความรู้เรื่องการบริหารจัดการฟาร์มมีบทบาทความสำคัญสำหรับการเลี้ยงดูแลสัตว์มาก หากผู้ประกอบการสามารถบริหารจัดการฟาร์มที่ดีและถูกต้องตามกฎหมายก็จะทำให้ผู้ประกอบการเลี้ยงสัตว์เกิดประโยชน์และผลกำไรสูงสุด การนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ในฟาร์ม เนื่องจากเมื่อก่อนการเลี้ยงในระบบเปิด ซึ่งเป็นการใช้เทคโนโลยีแบบระบบเก่า ต่อมาก็เริ่มมีการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้าใช้มากขึ้น อมรรัตน์ โมพี และคณะ (2555) จากโรงเรือนระบบเปิดก็มาเป็นโรงเรือนระบบปิด โดยใช้เทคโนโลยีและอุปกรณ์ที่ใช้ภายในและภายนอกโรงเรือนที่ทันสมัย จะช่วยเพิ่มผลผลิตได้เป็นอย่างมากและมีความสำคัญต่อระบบฟาร์มไก่ เฉลิมชัย หอมตา (2563) เกษตรกรจังหวัดสุรินทร์ผู้เลี้ยงไก่มีความพยายามผลักดันการใช้ประโยชน์ระบบ FTA ส่งขายกัมพูชา ปัจจุบันการแข่งขันด้านการตลาดสูงขึ้น เกษตรกรต้องพัฒนาศักยภาพตัวเองเพื่อแข่งขันทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งในระบบนี้ถือเป็นการยกระดับมาตรฐาน คุณภาพ และสามารถขายสินค้าในราคาที่สูงขึ้นได้ เนื่องจากจังหวัดสุรินทร์มีพรมแดนติดกับประเทศกัมพูชา ภายใต้กรอบความตกลงการค้าเสรีอาเซียน-กัมพูชา ได้ลดและยกเลิกภาษีให้กับสินค้าส่วนใหญ่ที่ส่งออกจากไทย ซึ่งสินค้าประเภทไก่สดจากไทยเป็นที่ชื่นชอบของผู้บริโภคกัมพูชา เกษตรกรสามารถทำราคาได้ดีแต่กัมพูชายังเก็บภาษีที่ 5% ซึ่งต้องมีการพูดคุยกันเป็นลำดับต่อไปเพื่อขยายตลาดหรือหาตลาดเพิ่มขึ้น และที่สำคัญกัมพูชาเป็นสมาชิกความตกลงอาเซียนการค้าเสรีอาเซียน อย่างไรก็ตาม เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ในจังหวัดสุรินทร์ยังประสบปัญหาไม่สามารถผลิตอาหารได้เอง หรือลดต้นทุนลงได้ โดยการเลี้ยงไก่ด้วยอาหารสำเร็จรูปทำให้มีต้นทุนสูง ดังนั้นจึงจำเป็นต้องหาแนวทางในการส่งเสริมเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการเลี้ยงไก่และการจัดการด้านการเลี้ยงไก่ เพื่อให้สามารถพัฒนาตลาดการค้าไก่โดยเกษตรกรสามารถเป็นผู้บริหารจัดการด้วยตนเองได้อย่างชาญฉลาด และประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย จากที่ได้กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยได้มองเห็นความสำคัญทาง ด้านบุคลากร ด้านการจัดการ ด้านการตลาด ด้านต้นทุน ด้านเทคโนโลยี ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านผลิตภัณฑ์ การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยจึงมุ่ง

ศึกษาเกี่ยวกับการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการฟาร์มเลี้ยงไก่สายพันธุ์โคราชในเขตอำเภอพนมดงรัก จังหวัดสุรินทร์เพื่อต้องการส่งเสริมและเพิ่มศักยภาพประสิทธิภาพการบริหารจัดการฟาร์มผู้ประกอบการเลี้ยงไก่สายพันธุ์โคราชในเขตอำเภอพนมดงรัก จังหวัดสุรินทร์และนำข้อมูลเพื่อไปหาแนวทางในการวางแผนยกระดับพัฒนาฟาร์ม ให้ได้มาตรฐานสามารถที่ยกระดับราคาของผลิตภัณฑ์ให้สูงขึ้นและสามารถส่งออกให้กับผู้ประกอบการชั้นนำภายในประเทศและต่างประเทศได้

### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันของผู้ประกอบการเลี้ยงไก่สายพันธุ์โคราชในเขตอำเภอพนมดงรัก จังหวัดสุรินทร์
2. เพื่อศึกษาแนวทางการส่งเสริมเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการเลี้ยงไก่สายพันธุ์โคราชในเขตอำเภอพนมดงรัก จังหวัดสุรินทร์

### ระเบียบวิธีวิจัย

#### 1. ขอบเขตพื้นที่

อำเภอพนมดงรัก จังหวัดสุรินทร์

#### 2. ขอบเขตด้านประชากร กลุ่มเป้าหมาย และกลุ่มตัวอย่าง

2.1 ประชากร หมายถึง ผู้ประกอบการธุรกิจเลี้ยงไก่สายพันธุ์โคราชการรายเล็กไปจนถึงรายใหญ่ ในจังหวัดสุรินทร์

2.2 กลุ่มเป้าหมาย ผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มเป้าหมายแบบเฉพาะเจาะจง เป็นผู้ประกอบการส่งออกไก่สายพันธุ์โคราช ในอำเภอพนมดงรัก จังหวัดสุรินทร์ จำนวน 5 คน โดยได้ทำการคัดเลือกผู้ประกอบการเลี้ยงไก่สายพันธุ์โคราชรายเล็กไปจนถึงรายใหญ่

2.3 กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มผู้ประกอบการที่เลี้ยงไก่พันธุ์เนื้อในจังหวัดสุรินทร์ จำนวน 20 ราย (กรมปศุสัตว์, 2564)

#### 3. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลเนื้อหา ประกอบด้วย 1) สภาพปัจจุบันของผู้ประกอบการเลี้ยงไก่สายพันธุ์โคราชในเขตอำเภอพนมดงรัก จังหวัดสุรินทร์และ 2) แนวทางการส่งเสริมเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการเลี้ยงไก่สายพันธุ์โคราชในเขตอำเภอพนมดงรัก จังหวัดสุรินทร์

#### 4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้การวิจัยครั้งนี้ใช้เครื่องมือแบบสัมภาษณ์เชิงลึกและแบบสอบถาม ประกอบด้วย

4.1) แบบสัมภาษณ์เชิงลึก แบ่งออกเป็น 4 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูล

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันของผู้ประกอบการเลี้ยงไก่สายพันธุ์โคราชในเขตอำเภอพนมดงรัก จังหวัดสุรินทร์

ตอนที่ 3 แนวทางการส่งเสริมเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการเลี้ยงไก่สายพันธุ์โคราชในเขตอำเภอพนมดงรัก จังหวัดสุรินทร์

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

4.2 แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้เลี้ยงไก่

ตอนที่ 2 สภาพปัจจุบันเลี้ยงไก่สายพันธุ์โคราช, ช่องทางจำหน่าย, การแปรรูป, ระบบการเลี้ยง, ระบบโรงเรือน, ต้นทุนการเลี้ยงไก่ ฯลฯ

ตอนที่ 3 ระดับความต้องการส่งเสริมศักยภาพแบ่งออกเป็น 4 ประเด็น คือ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) สภาพด้านการจัดจำหน่าย 3) สภาพด้านราคา และ 4) สภาพด้านการส่งเสริมการขาย

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

#### 5. การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยนี้ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นในเขตอำเภอพนมดงรัก จังหวัดสุรินทร์และคัดเลือกพื้นที่ศึกษา จากนั้นผู้วิจัยเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้างกลุ่มเป้าหมายใช้วิธีเลือกแบบเจาะจงจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 5 คน ที่เป็นกลุ่มเป้าหมายในการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้าง จำนวน 5 คน และกลุ่มตัวอย่างที่เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่เป็นแบบประเมิน จำนวน 20 คน เป็นผู้ประกอบการเลี้ยงไก่สายพันธุ์โคราชรายเล็กไปจนถึงรายใหญ่ในจังหวัดสุรินทร์ จากนั้นดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลนำข้อมูลที่ได้แบ่งเป็นการวิเคราะห์ข้อมูล หลังจากเก็บข้อมูลเสร็จแล้วจะนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์อีกครั้งเพื่อจัดหมวดหมู่ และตรวจสอบข้อมูล และถ้าหากข้อมูลไม่มีความชัดเจนทำการถามซ้ำในครั้งต่อไปจนได้ข้อมูลตรงตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยดำเนินการสร้างเครื่องมือในการวิจัยเชิงปริมาณเป็นแบบสอบถามความคิดเห็นและนำแบบประเมินเสนอผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ประกอบด้วย

## 1) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภาดล อามาตย์

คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ

## 2) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรรรพล ศิริเวชพันธ์

คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ

## 3) อาจารย์ณัฐปรกรณ์ สีหะวงษ์สกุล

คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ ตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเกณฑ์ที่กำหนด นำแบบสอบถามสามารถไปทำการทดลองกับกลุ่มทดลองที่เป็นเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง (Try out) พื้นที่ใกล้เคียงกับพื้นที่ศึกษาวิจัย จำนวน 30 คน ผู้วิจัยนำข้อมูลมาทำการตรวจสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) ด้วยสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha's coefficient) ได้เท่ากับ 0.832 ซึ่งเป็นเกณฑ์ที่มีค่าความเชื่อมั่นในระดับที่สามารถนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลวิจัยได้รับแบบประเมินกลับคืนและวิเคราะห์ข้อมูล โดยนำเสนอข้อมูลเชิงพรรณนา

## 6. การวิเคราะห์ข้อมูล

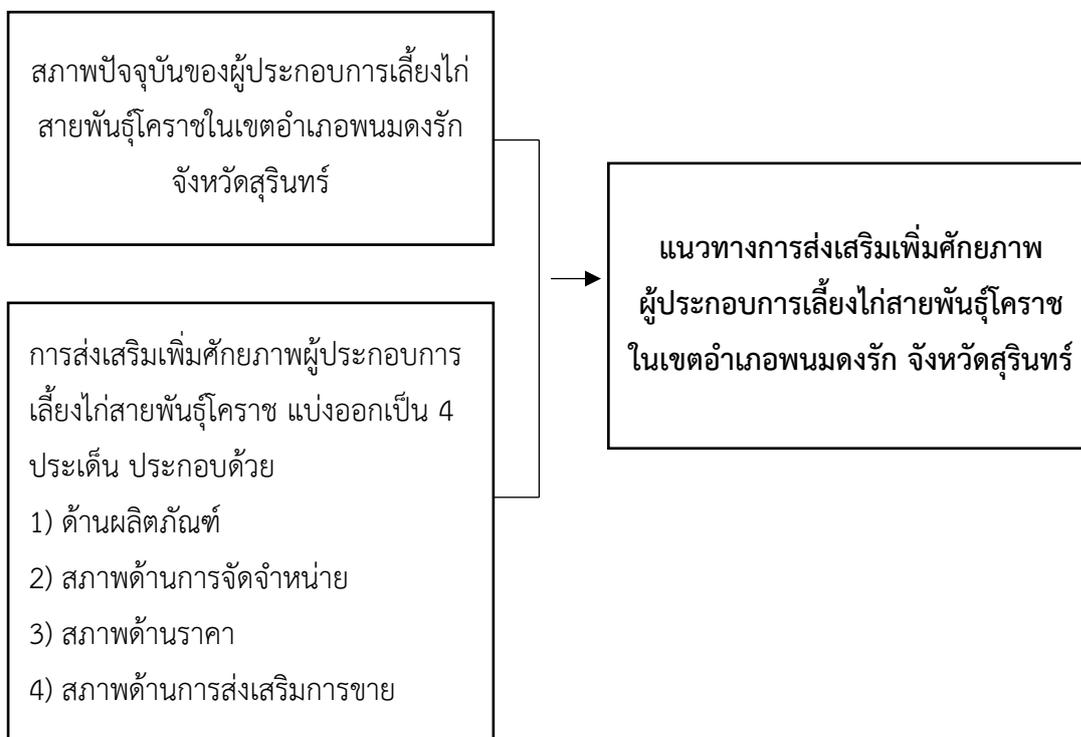
การศึกษาวิจัยครั้งนี้ แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลเป็น 2 วิธีการ คือ (1) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ จากการเก็บข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่มย่อยข้อสรุปที่ได้มาจากการใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จัดหมวดหมู่ กำจัดข้อมูลที่ไม่เกี่ยวข้อง ตรวจสอบข้อมูลกลุ่มตัวอย่างมาทำการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) พิจารณา 3 แหล่ง ได้แก่ แหล่งเวลา แหล่งสถานที่ และแหล่งข้อมูล อ้างอิงแนวคิดสุภางค์ จันทวานิช (2547) ถ้าข้อมูลต่างเวลากันจะเหมือนกันหรือไม่ นักวิจัยทำการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก และทำการสัมภาษณ์เชิงลึกครั้งแรก และเมื่อนำข้อมูลที่ได้มารวบรวมตรวจสอบความชัดเจนของเนื้อหา หากข้อมูลยังไม่ชัดเจน เพื่อเป็นการยืนยันความถูกต้องทำการเก็บข้อมูลเพิ่มเติมในครั้งที่สองกับกลุ่มเป้าหมายอื่นที่ไม่ใช่กลุ่มเป้าหมายเดิมด้วยวิธีการสนทนากลุ่มย่อยข้อมูลที่ได้รับกลับมานั้นมีความสอดคล้องกับจึงเป็นข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือ ผู้วิจัย จึงดำเนินการสรุปผลเชิงพรรณนา (Descriptive) (2) การวิเคราะห์ข้อมูลวิจัยเชิงปริมาณ ด้วยวิธีการลงรหัสตามแบบการลงรหัส (Coding Form) จากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติสำเร็จรูปสถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และนำค่าที่ได้มาวิเคราะห์ โดยเกณฑ์มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) กำหนดไว้ 5 ระดับตามวิธีการ ลิเคิร์ต (Likert) (บุญชม ศรีสะอาด, 2560) และนำแบบประเมินที่ลงคะแนนเรียบร้อยแล้วไปประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลโดยการพรรณนาความ โดยถือเกณฑ์การประเมินเป็นคะแนน ดังนี้

ระดับคะแนน	ระดับความต้องการส่งเสริมศักยภาพ	
ความต้องการส่งเสริม 1	หมายถึง	น้อยที่สุด
ความต้องการส่งเสริม 2	หมายถึง	น้อย
ความต้องการส่งเสริม 3	หมายถึง	ปานกลาง
ความต้องการส่งเสริม 4	หมายถึง	มาก
ความต้องการส่งเสริม 5	หมายถึง	มากที่สุด

เกณฑ์ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ยในการอภิปรายผล ดังนี้

4.51 - 5.00	หมายถึง	ระดับมากที่สุด
3.51 - 4.50	หมายถึง	ระดับมาก
2.51 - 3.50	หมายถึง	ระดับปานกลาง
1.51 - 2.50	หมายถึง	ระดับน้อย
1.00 - 1.50	หมายถึง	ระดับน้อยที่สุด

### กรอบแนวคิดในการวิจัย



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

## ผลการวิจัย

1) สภาพปัจจุบันของผู้ประกอบการเลี้ยงไก่สายพันธุ์โคราชในเขตอำเภอพนมดงรัก จังหวัดสุรินทร์ พบว่า ผู้ประกอบการเลี้ยงไก่โคราชรายเล็กส่วนมากแล้วจะเลี้ยงไก่โคราชโดยทำเป็นแบบโรงเรือนธรรมชาติ เพื่อช่วยลดต้นทุนด้านงบประมาณและบริหารจัดการความเป็นอยู่ของชุมชนด้วยการพึ่งตนเองในท้องถิ่นของตนเอง ดังเช่น ชุมชนบ้านดอนน้ำตาล ตำบลบักได อำเภอพนมดงรัก จังหวัดสุรินทร์ ที่เกษตรกรในพื้นที่ได้รับการสนับสนุนพันธุ์ไก่และองค์ความรู้จากหน่วยงานภาครัฐโดยมีองค์การบริหารส่วนตำบลบักได เป็นศูนย์การเรียนรู้ที่ถ่ายทอดองค์ความรู้จาก มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี เพื่อให้เกษตรกรในพื้นที่ได้มีอาชีพที่หลากหลายเพื่อสร้างรายได้ให้กับครอบครัว ซึ่งสภาพปัจจุบันด้านการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ประกอบการเลี้ยงไก่โคราชยังไม่ได้มีการพัฒนาส่งออกไปยังต่างประเทศ แต่เน้นเลี้ยงแล้วจำหน่ายในพื้นที่อำเภอพนมดงรักและขยายตลาดไปยังตลาดอำเภอปราสาทและอำเภอกาบเชิง หรือตลาดชองจอม ยังอยู่ในลักษณะการจำหน่ายผลผลิตให้พ่อค้าคนกลางในพื้นที่ และร้านค้าในชุมชน เนื่องจากจำนวนของผู้เลี้ยงไก่และตัวไก่หรือวัตถุดิบไม่เพียงพอต่อการจำหน่าย ซึ่งผู้ประกอบการเลี้ยงไก่โคราชต้องประสบปัญหาในการเลี้ยงคือขาดแคลนงบประมาณในการสร้างโรงเรือนและอาหารไก่ และพอได้รับสายพันธุ์โคราชมาจากหน่วยงานภาครัฐในรอบแรก ก็ไม่มีการต่อยอดและอาจต้องล้มเลิกไปในที่สุด เพราะแบกภาระค่าอาหารไก่ไม่ไหว ขาดสภาพคล่อง เงินหมุนเวียน อีกทั้งยังไม่มียุทธศาสตร์หรืออุปกรณ์ในเพาะสายพันธุ์เอง ดังนั้น มีหน่วยงานราชการคือองค์การบริหารส่วนตำบลบักได และสำนักงานเกษตรอำเภอคอยช่วยเหลือ สนับสนุน ส่งเสริม เพื่อศักยภาพให้กับผู้ประกอบการ ให้เข้มแข็ง ที่สามารถพึ่งพาตัวเองให้มีความเข้มแข็งมากขึ้นผ่านระบบกลไกสารสนเทศและนวัตกรรมทางการตลาดในการเลี้ยงไก่โคราชในจังหวัดสุรินทร์ให้ยั่งยืน โดยในปัจจุบันผู้ประกอบการเลี้ยงไก่สายพันธุ์โคราชในจังหวัดสุรินทร์ มีดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงรายชื่อผู้ประกอบการเลี้ยงไก่โคราชในจังหวัดสุรินทร์

ลำดับที่	ชื่อผู้ประกอบการ/ ชื่อฟาร์ม	เบอร์โทรศัพท์	ชื่อหมู่บ้าน	ตำแหน่ง
1	นายพงศกร แก้วหลวง	082-1451251	บ้านดอนน้ำตาล หมู่ 3 ต.บักได อ.พนมดงรัก จ.สุรินทร์	เจ้าของฟาร์มพงศกร
2	นายแสงจันทร์ บุญยงค์	089-9633028	บ้านหนองแวง หมู่ 15 ต.บักได อ.พนมดงรัก จ.สุรินทร์	เจ้าของฟาร์มแสงจันทร์

3	นายสุรศักดิ์ เกลียวเพียร	044 -508- 233	บ้านดอนน้ำตาล หมู่ 3 ต. บักได อ. พนมดงรัก จ. สุรินทร์	ผู้รับผิดชอบหลักศูนย์เรียนรู้ฟาร์มไก่ อบต.บักได /รองปลัดอบต.บักได รักษาการแทนปลัดอบต.บักได
4	คุณเมย์ /คุณแมกซ์ ธารทองฟาร์มไอแอม	092-8281735	บ้านโนนยางกุด หมู่ 22 ต. บักได อ. พนมดงรัก จ. สุรินทร์	เจ้าของฟาร์มธารทองฟาร์มไอแอม
5	คุณบอล	091-8633621	บ.เบทาโกร จังหวัดสุรินทร์	ฝ่ายการตลาดและฝ่ายสัตวศาสตร์ไก่ บ.เบทาโกร จังหวัดสุรินทร์



ภาพที่ 1 นายพงศกร แก้วหลวงภรรยา บ้านดอนน้ำตาล หมู่ที่ 3 ตำบลบักได  
 อำเภอพนมดงรัก จังหวัดสุรินทร์ เจ้าของฟาร์ม



ภาพที่ 2 นายแสงจันทร์ บ้านหนองแวง หมู่ 15 ตำบลบักได อำเภอพนมดงรัก จังหวัดสุรินทร์  
 เจ้าของฟาร์มแสงจันทร์



ภาพที่ 3 นายสุรศักดิ์ เกลียวเพียร บ้านดอนน้ำตาล หมู่ 3 ตำบลบักได อำเภอนมดงรัก จังหวัดสุรินทร์



ภาพที่ 4 คุณเมย์ /คุณแมกซ์ ธารทองฟาร์มไอแอม บ้านโนนยางกุด หมู่ 22 ตำบลบักได  
อำเภอนมดงรัก จังหวัดสุรินทร์

2) แนวทางการส่งเสริมเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการเลี้ยงไก่สายพันธุ์โคราชในเขตอำเภอนมดงรัก จังหวัดสุรินทร์ ผลการศึกษาเบื้องต้นแบ่งออกเป็น 4 ประเด็น ประกอบด้วย 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) สภาพด้านการจัดจำหน่าย 3) สภาพด้านราคา และ 4) สภาพด้านการส่งเสริมการขาย ดังนี้

#### 2.1 ด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ประกอบการเลี้ยงไก่โคราชรายเล็กเน้นเลี้ยงไก่แล้วขายไก่เป็นให้กับพ่อค้าคนกลาง ซึ่งการเลี้ยงไก่โคราชนั้นใช้ระยะเวลาในการเลี้ยง 55-75 วัน ต่อรอบการเลี้ยง เน้นเลี้ยงจำนวน ละ 400 ตัว ต่อโรงเรือน และการใช้อาหารไก่ต่อรอบ คือ 30 - 40 กระสอบละ 450 บาท ต่อ 1 รอบ การเลี้ยง อายุของไก่โคราช 70 วัน เนื้อไก่ก็จะนุ่ม สมบูรณ์ เป็นที่ต้องการของพ่อค้าที่ให้ข้อมูลว่าลูกค้าที่ซื้อไปบริโภคต้องการซึ่งน้ำหนักต่อตัวจะอยู่ที่ 1.30 กก. ซึ่งจะส่งให้พ่อค้าคนกลาง กิโลกรัมละ 75- 80 บาท เน้นการจำหน่ายในจังหวัดสุรินทร์ ยังไม่ได้ทำการตลาดกับประเทศกัมพูชา

ผู้ประกอบการเลี้ยงไก่โคราชรายใหญ่เน้นเลี้ยงไก่โคราชแบบโรงเรือนปิด ที่มีขนาดใหญ่และได้มาตรฐาน ซึ่งจะทำการบวงจรร จะเน้นการเลี้ยงแบบผูกขาดพันธะสัญญาร่วมกับบริษัทใหญ่ชั้นนำของประเทศซึ่งเป็นการลงทุนที่ใช้งบประมาณค่อนข้างสูงในการทำโรงเลี้ยง แล้วส่งไปแปรรูปผลิตภัณฑ์ในโรงแปรรูปและเน้นการแปรรูปอาหารแบบหลากหลายตามความต้องการของกลุ่มลูกค้าในประเทศและต่างประเทศ

จากการลงพื้นที่เก็บข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์เกี่ยวกับช่องทางการจำหน่ายไก่โคราชของ ตำบล บักโต อำเภอพนมดงรัก จังหวัดสุรินทร์ พบว่า ช่องทางการจำหน่ายเป็นลักษณะการจำหน่ายมี 2 ประเภท คือ

1) วิธีการขายโดยตรงกับผู้ซื้อที่มารับซื้อในพื้นที่ กลุ่มเป็นผู้จำหน่ายเองทางตรงโดยผู้ผลิตเป็นผู้จำหน่ายเอง โดยลูกค้าอาจเป็นพ่อค้ารับซื้อไก่ หรือลูกค้ารายย่อยอื่นๆ สามารถเข้ามาติดต่อขอซื้อไก่และลูกไก่ได้ที่ฟาร์มโดยตรง ซึ่งผลิตภัณฑ์ไก่โคราชจะเป็นคู่ค้าประจำ และหากลูกค้าต้องการซื้อจำนวนมากทางฟาร์ม มีบริการส่งถึงปลายทาง โดยมีข้อจำกัดคือ ระยะทางในการจัดส่งต้องอยู่ในบริเวณชุมชน และพื้นที่ใกล้เคียงที่ระยะทางไม่เกินไกล

2) วิธีขายของฟาร์มพันธะสัญญา ได้ทำ MOU ร่วมกับผู้ประกอบการเลี้ยงไก่ ซึ่งฟาร์มจะได้รับรองมาตรฐานต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นระบบฟาร์มและตัวไก่โคราช ซึ่งจะมีการรับประกันราคาไก่ ก็สามารถจำหน่ายได้ในราคาที่ตกลงกันแต่แรกมีขึ้นลงตามราคากลาง ของบริษัทเครือข่ายที่เป็นบริษัทชั้นนำของประเทศที่มีการจำหน่ายและส่งออกในประเทศและต่างประเทศ

## 2.2 ด้านราคาที่รับซื้อไก่เป็นและไก่ชำแหละในปัจจุบัน

การจำหน่ายผลผลิตที่เป็นข้าวหอมมะลิของกลุ่มฯ แบ่งผลผลิตการจำหน่ายออกเป็น 2 ประเภท คือ

1) การจำหน่ายไก่โคราชแบบไก่เป็น นั้นใช้ระยะเวลาในการเลี้ยง 55-75 วัน ต่อบอกการเลี้ยงเน้นเลี้ยงจำนวน ละ 400 ตัว ต่อโรงเรือน และการใช้อาหารไก่ต่อบอก คือ 30 - 40 กระสอบละ 450 บาท ต่อ 1 รอบ การเลี้ยง อายุของไก่โคราช 70 วัน เนื้อไก่ก็จะนุ่ม สมบูรณ์ เป็นที่ต้องการของพ่อค้าที่ให้ข้อมูลว่าลูกค้าที่ซื้อไปบริโภคต้องการซึ่งน้ำหนักต่อตัวจะอยู่ที่ 1.30 กก. ซึ่งจะส่งให้พ่อค้าคนกลาง กิโลกรัมละ 75 - 80 บาท

2) การจำหน่ายไก่โคราชแบบไก่ชำแหละ เกษตรกรจะจำหน่ายที่ฟาร์มในพื้นที่ชุมชนโดยลูกค้าโทรมาสั่งจองล่วงหน้าสามารถขายไก่ที่ชำแหละในราคาที่สูงกว่า กิโลกรัมละ 120 -130 บาท

“การเลี้ยงไก่โคราชไม่ว่าจะเป็นการขายไก่เป็นหรือขายไก่ชำแหละต่างก็ได้ราคาดีไม่แตกต่างกัน แต่การผู้ประกอบการเลี้ยงไกรายเล็กจะทำให้ครบวงจรหรือส่งออกไปยังประเทศกัมพูชานั้นเป็นเรื่องที่ยากเพราะขาดความรู้ความเข้าใจด้านการส่งออกระหว่างประเทศ และกฎหมายการส่งออกและบุคคลภาครัฐสนับสนุนเสริมและการทำโรงเลี้ยงยังขาดมาตรฐานการรับรองของโรงเรือนที่เลี้ยงไม่ได้เป็นไปตามมาตรฐานของกรมปศุสัตว์ แต่เป็นเพราะเน้นขายให้กับคนในชุมชนและพ่อค้าคนกลางในตลาดอำเภอพนมดงรัก

อำเภอปราสาท อำเภอกาบเชิง และตลาดบ้านด่านที่ช่องจอมก็ไม่เพียงพอแล้วไม่พอต่อความต้องการของลูกค้า และถ้าจะขยายฟาร์มก็ต้องเพิ่มจำนวนไก่ เพิ่มอาหารไก่ ยาวัคซีนไก่ อาหารเสริมไก่ ก็ต้องใช้งบประมาณในการลงทุนสูง จึงเป็นสาเหตุที่ต้องค่อยเป็นค่อยไป อีกทั้งยังขาดแรงงานในครอบครัวซึ่งบุตรหลานไม่ได้ให้ความสำคัญและสนใจในธุรกิจการเกษตร”

เพศชาย อายุ 49 ปี (สัมภาษณ์)

### 2.3 ด้านช่องทางการจำหน่ายในจังหวัดสุรินทร์

นอกจากการจำหน่ายไก่โคราช ของพ่อค้าคนกลางที่เป็นคู่ค้ากันแล้ว จะมีผู้รับซื้อในพื้นที่แล้ว ผู้ประกอบการฟาร์มฯ ยังคงต้องการขยายตลาดเพิ่มขึ้น โดยทางฟาร์มฯ ได้มีการประชาสัมพันธ์ช่องทางจำหน่ายทางโทรศัพท์ โอน และเฟซบุ๊ก ของฟาร์ม ซึ่งผลตอบรับเป็นที่น่าพึงพอใจของสมาชิก แต่อย่างไรก็ตาม ลูกค้าที่ติดต่อทางสามช่องทางดังที่กล่าวนี้ยังคงเป็นลูกค้ารายเดิม และลูกค้าที่เป็นการบอกต่อกันและเครือข่าย ซึ่งการขยายตลาดต้องได้รับการพัฒนาทั้งระบบเว็บไซต์ ระบบการสั่งซื้อที่สามารถติดต่อสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ได้โดยตรงจากฟาร์มฯ และฟาร์มเองไม่มีองค์ความรู้ในการบริหารจัดการข้อมูลระบบสารสนเทศได้อย่างเพียงพอ และการสร้างความมั่นใจให้กับสินค้าจะทำให้เกิดการขยายตลาดการจำหน่ายได้เพิ่มขึ้น ดังนั้นการใช้ระบบสารสนเทศที่ทันสมัยเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่เป็นทางเลือกในการจำหน่ายสินค้าได้กว้างขึ้น เพราะสามารถประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ไปได้ทั่วทุกมุมโลกโดยมีการลงทุนที่ไม่สูงและให้ผลตอบแทนที่มากขึ้น

### 2.4 ด้านการส่งเสริมการขาย/การสร้างการรับรู้

การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นกระบวนการที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมาย ตั้งแต่การสร้างความตระหนักและเข้าใจในผลิตภัณฑ์ เกิดความชอบและต้องการใช้ และจงใจให้ซื้อสินค้าหรือบริการ ซึ่งการส่งเสริมการตลาดสามารถแบ่งออกเป็น 5 ประเภทใหญ่ ๆ ได้แก่ การโฆษณาการประชาสัมพันธ์ การขายโดยใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย และการตลาดทางตรง ซึ่งรูปแบบที่มักใช้ในการส่งเสริมการขาย คือ การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) เป็นการให้ข้อมูลเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์หรือธุรกิจ โดยที่ไม่เสียค่าใช้จ่ายสำหรับซื้อเวลาหรือพื้นที่จากสื่อ แต่อาจมีค่าใช้จ่ายในการจัดงาน โดยอาจมีการจัดกิจกรรมทางการตลาดที่น่าสนใจ หรือการใช้วาระโอกาสของการประชามหุ้บ้านในการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการขาย เพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้เข้าร่วมงาน โดยปัญหาของการส่งเสริมการตลาดของผู้ประกอบการฟาร์มในตำบลบักได คือ ไม่มีงบประมาณเพียงพอ และขาดแรงงานหรือทายาทผู้ประกอบการ ขาดองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยี ไม่สามารถโฆษณาและประชาสัมพันธ์ทางสื่อออนไลน์ได้มากนัก ทำให้การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์อยู่ในวงจำกัดเฉพาะผู้ซื้อที่รู้จัก หรือลูกค้ารายเดิมเท่านั้น

ดังนั้น จากการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษา สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการฟาร์มเลี้ยงไก่โคราชซึ่งอยู่ในช่วงการพัฒนาการแปรรูป เพื่อให้เกิดการพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายมากขึ้น ในการช่วยเพิ่มมูลค่าผลผลิตเพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถยกระดับเศรษฐกิจครัวเรือนและพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน ทั้งนี้ยังต้องอาศัยการจัดการด้านองค์ความรู้ในการช่วยส่งเสริมการขายและช่องทางการตลาดเพิ่มขึ้นให้กับผู้ประกอบการ โดยเครือข่ายให้การสนับสนุนคือ หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง อย่างไรก็ตามนักวิจัยค้นพบปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินกิจกรรมของผู้ประกอบการเลี้ยงไก่โคราชที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาระบบของฟาร์ม คือ

1. การบริหารจัดการด้านฟาร์มไม่ได้มาตรฐาน ยังไม่เป็นระบบฟาร์มที่ถูกต้องตามหลักมาตรฐานฟาร์มของกรมปศุสัตว์ รูปแบบโรงเรือน ลักษณะพื้นโรงเรือน รูปแบบการเลี้ยง อุปกรณ์การเลี้ยง การบันทึกข้อมูลการเลี้ยง การบันทึกรายจ่ายและรายรับ การกักลูกไก่ การให้แสงสว่าง อาหารที่ให้ไก่กิน วิธีการให้อาหาร แหล่งน้ำที่ใช้เลี้ยงไก่ และการเตรียมโรงเรือน

2. ความรู้ระบบการจัดการด้านการตลาดของฟาร์ม เป็นลักษณะแคบและการตลาดไม่มีความหลากหลาย โดยขาดความองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการ โดยหน่วยงานในพื้นที่ต้องมาช่วยขับเคลื่อนด้านองค์ความรู้ เพื่อให้ผู้ประกอบการมีช่องทางการตลาดเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะการแปรรูปนั้นมีความสำคัญยิ่งต่อการดำเนินงานการพัฒนาระบบการผลิต การดำเนินงานด้านการตลาดมักมีอุปสรรค เพราะต้องวิเคราะห์ปัจจัยหลายอย่างให้สอดคล้องกับสถานการณ์ สถานะปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อเป้าหมายที่จะส่งออกไปยังประเทศกัมพูชา ได้แก่ มาตรฐานของไก่โคราชและมาตรฐานของโรงเรือน ขั้นตอนการขนส่งออกมีความซับซ้อน กฎหมายการส่งออกระหว่างประเทศ ภาวะราคาที่ไม่คงที่มีความผันผวนตลอดเวลา

3. ผู้ประกอบการเลี้ยงไก่ขาดพื้นที่ ยังอาศัยพื้นที่หลังบ้านหรือสวน นา ไร่ เป็นที่ทำโรงเลี้ยงแบบผสมผสานกับการทำนาและอย่างอื่น ไม่มีโรงเรือนที่ได้มาตรฐาน

4. เครื่องมือและเทคโนโลยีที่สนับสนุนฟาร์มในการเลี้ยงไก่ ไม่เพียงพอกลุ่ม 8อาทิ การจัดทำบ่อบำบัดไบโอบีโอแกส ไฟฟ้าโซล่าเซลล์ เครื่องฟักไข่ที่ได้มาตรฐาน เครื่องขึ้นไก่สด ตู้แช่ไก่สด และการออกแบบผลิตภัณฑ์

5. ปัญหาการขาดความรู้ทางด้านบัญชีฟาร์ม และยังขาดความรู้ทางบัญชี โดยผู้ประกอบการมีความประสงค์อยากให้หน่วยงานรัฐ หน่วยงานท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องมาให้ความรู้ด้านการจัดทำบัญชีให้กับฟาร์ม เกี่ยวข้องกับการจัดทำรายการบัญชี กลุ่มฯ จะสามารถวางแผนการดำเนินงานได้อย่างเหมาะสม และช่วยลดต้นทุนการผลิตให้กับการบริหารจัดการของฟาร์มฯ ได้เพิ่มขึ้น

6. ปัญหาด้านการป้องกันรักษาและควบคุมโรคระบบการป้องกันโรคในฟาร์มและในไก่เนื้อโคราช การรักษาโรคและการควบคุมโรคที่เกิดขึ้นในฟาร์มของเกษตรกรการให้วัคซีน การให้วัคซีนไก่เนื้อโคราชตามโปรแกรม การให้วัคซีนตามกำหนดเวลา ชนิดวัคซีนที่ให้ไก่ในการเลี้ยงทุกรุ่น วัคซีนที่ให้เป็นบางครั้ง (ไม่ได้

ให้เป็นประจำ) วัคซีนที่ไม่เคยให้ไก่เลย การป่วยของไก่ในรอบปี สาเหตุการตายของไก่ในรอบปี การใช้จ่าย  
ปฎิชีวนะหรือยาสมุนไพร การกำจัดพยาธิภายใน และบุคคลที่ทำการรักษาเมื่อไก่เจ็บป่วย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ระดับความต้องการส่งเสริมเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการเลี้ยงไก่สายพันธุ์โคราชใน  
เขตอำเภอพนมดงรัก จังหวัดสุรินทร์

ตารางที่ 1 ระดับความต้องการส่งเสริมศักยภาพผู้ประกอบการเลี้ยงไก่สายพันธุ์โคราชในเขตอำเภอ  
พนมดงรัก จังหวัดสุรินทร์ โดยภาพรวม ดังนี้

รายการ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านที่ 1 ด้านผลิตภัณฑ์	4.86	.743	มากที่สุด
ด้านที่ 2 ด้านราคาที่ได้รับซื้อไก่เป็นและไก่ชำแหละ	4.72	.771	มากที่สุด
ด้านที่ 3 ด้านช่องทางการจำหน่าย	4.69	.711	มากที่สุด
ด้านที่ 4 ด้านการส่งเสริมการขาย/การสร้างการรับรู้	4.48	.647	มาก
รวม	4.69	.718	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ระดับความต้องการส่งเสริมศักยภาพของผู้ประกอบการเลี้ยงไก่  
สายพันธุ์โคราชในเขตอำเภอพนมดงรัก จังหวัดสุรินทร์ โดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$  =4.69,  
S.D.= .718) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$  =4.86,  
S.D.=.743) รองลงมา ด้านราคาที่ได้รับซื้อไก่เป็นและไก่ชำแหละ อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$  =4.72,  
S.D.=.771) ด้านช่องทางการจำหน่าย อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$  =4.69, S.D.=.711) และด้านการ  
ส่งเสริมการขาย/การสร้างการรับรู้ อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$  =4.48, S.D.=.647) ตามลำดับ

### อภิปรายผลการวิจัย

งานวิจัยเรื่องแนวทางการส่งเสริมเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการเลี้ยงไก่สายพันธุ์โคราชในเขตอำเภอ  
พนมดงรัก จังหวัดสุรินทร์ ผู้วิจัยได้เลือกประเด็นสำคัญนำมาอภิปรายผล ดังนี้

1) สภาพปัจจุบันของผู้ประกอบการเลี้ยงไก่สายพันธุ์โคราชในเขตอำเภอพนมดงรัก จังหวัดสุรินทร์  
พบว่า ผู้ประกอบการเลี้ยงไก่โคราชรายเล็กส่วนมากแล้วจะเลี้ยงไก่โคราชโดยทำเป็นแบบโรงเรือนธรรมชาติ  
เพื่อช่วยลดต้นทุนด้านงบประมาณและบริหารจัดการความเป็นอยู่ของชุมชนด้วยการพึ่งตนเองในท้องถิ่นของ  
ตนเอง เกษตรกรในพื้นที่ได้รับการสนับสนุนพันธุ์ไก่และองค์ความรู้จากหน่วยงานภาครัฐโดยมีองค์การบริหาร  
ส่วนตำบลบักได เป็นศูนย์การเรียนรู้ที่ถ่ายทอดองค์ความรู้ เพื่อให้เกษตรกรในพื้นที่ได้มีอาชีพที่หลากหลายเพื่อ  
สร้างรายได้ให้กับครอบครัว อาจเป็นเพราะในอนาคตการขยายตลาดไก่พันธุ์เนื้อในพื้นที่อำเภอพนมดงรักต้อง

พัฒนาไปถึงการส่งออกทั้งในและต่างประเทศ เพื่อให้เกษตรกรรายเล็ก หรือผู้ประกอบการรายย่อยสามารถยกระดับการตลาดที่กว้างขึ้น หากได้รับการสนับสนุนองค์ความรู้จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สอดคล้องกับ ประภาพร ขอไพบุลย์ และคณะ (2560) ศึกษาเรื่อง การสร้างและปกป้องพันธกรรมไก่พื้นเมืองของไทย เพื่อความมั่นคงอาหารและเสริมสร้างอาชีพ กล่าวว่า ความร่วมมือระหว่างหน่วยงานและเครือข่ายผู้ประกอบการ ควรมีการแลกเปลี่ยนความรู้ ทั้งในด้านความรู้ของทฤษฎีในการปรับปรุงพันธุ์ไก่เนื้อ และการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ในการพัฒนาไก่สายพันธุ์เนื้ออย่างสม่ำเสมอจะช่วยให้เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่รายย่อยสามารถเข้าถึงความรู้ได้ง่ายและเป็นการขยายผลทางด้านอาชีพแก่เกษตรกรในยุคของการพัฒนาอย่างก้าวกระโดด ซึ่งสภาพปัจจุบันด้านการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ประกอบการเลี้ยงไก่โคราชรายย่อยยังไม่ได้มีการพัฒนาส่งออกไปยังต่างประเทศ แต่เน้นเลี้ยงแล้วจำหน่ายในพื้นที่อำเภอพนมดงรักและขยายตลาดไปยังตลาดอำเภอปราสาทและอำเภอกาบเชิง หรือตลาดช่องจอม ยังอยู่ในลักษณะการจำหน่ายผลผลิตให้พ่อค้าคนกลางในพื้นที่ และร้านค้าในชุมชน เนื่องจากจำนวนของผู้เลี้ยงไก่และตัวไก่หรือวัตถุดิบไม่เพียงพอต่อการจำหน่าย ซึ่งผู้ประกอบการเลี้ยงไก่โคราชต้องประสบปัญหาในการเลี้ยงคือขาดแคลนงบประมาณในการสร้างโรงเรือนและอาหารไก่ และพอได้รับสายพันธุ์ไก่โคราชมาจากหน่วยงานภาครัฐในรอบแรก ก็ไม่มีการต่อยอดและอาจต้องล้มเลิกไปในที่สุด เพราะแบกภาระค่าอาหารไก่ไม่ไหว ขาดสภาพคล่อง เงินหมุนเวียน อีกทั้งยังไม่มีองค์ความรู้หรืออุปกรณ์ในเพาะสายพันธุ์เอง สอดคล้องกับ เฉลิมชัย หอมตา (2563) ศึกษาเรื่อง การศึกษาสภาพการเลี้ยงไก่เนื้อโคราชของเครือข่ายเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้อโคราช กล่าวว่า ประสบการณ์ในการเลี้ยงไก่เนื้อโคราชกับความต้องการความรู้ด้านการเลี้ยงและการจัดการไก่เนื้อโคราชอย่างต่อเนื่อง เป็นสิ่งที่สำคัญในการส่งเสริมศักยภาพของผู้ประกอบการรายย่อย เพราะประสบการณ์ในการเลี้ยงไก่เนื้อโคราชกับความต้องการความรู้การจัดการฟาร์ม เป็นสิ่งที่จำเป็นต้องพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพราะเป็นปัจจัยที่จะส่งเสริมให้ผู้ประกอบการรายย่อยสามารถจัดการฟาร์มไก่ได้อย่างมีประสิทธิภาพทั้งในด้านการบริหารจัดการด้านการงบประมาณ การจัดการด้านโรงเรือน และการจัดการด้านอื่นๆ

2) แนวทางการส่งเสริมเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการเลี้ยงไก่สายพันธุ์โคราชในเขตอำเภอพนมดงรัก จังหวัดสุรินทร์ พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการเลี้ยงไก่โคราชรายเล็กเน้นเลี้ยงไก่แล้วขายไก่เป็นให้กับพ่อค้าคนกลาง ซึ่งการเลี้ยงไก่โคราชนั้นใช้ระยะเวลาที่สั้นต่อรอบการเลี้ยง โดยอายุของไก่โคราช 70 วัน เนื้อไก่ก็จะนุ่ม สมบูรณ์ เป็นที่ต้องการของพ่อค้าที่มารับซื้อ และยังไม่ได้ทำการตลาดกับประเทศกัมพูชา เนื่องจากการส่งออกไปยังต่างประเทศต้องมีมาตรฐานรองรับ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นพ่อค้าไกรรายใหญ่ที่มีพันธะสัญญากับบริษัทที่จำหน่ายไกรรายใหญ่ เป็นการลงทุนที่ใช้งบประมาณค่อนข้างสูงในการทำโรงเลี้ยง แล้วส่งไปแปรรูปผลิตภัณฑ์ในโรงแปรรูปและเน้นการแปรรูปอาหารแบบหลากหลายตามความต้องการของกลุ่มลูกค้าในประเทศและต่างประเทศ หากผู้ประกอบการรายย่อยสามารถพัฒนาศักยภาพในการจัดการโรงเรือนเลี้ยงไก่ให้ตีมีคุณภาพและสามารถซื้อขายกับผู้รับซื้อที่เป็นพ่อค้ารายใหญ่ในระบบพันธะสัญญา และสามารถรักษามาตรฐาน

การส่งสินค้าให้กับบริษัทรับซื้อได้อย่างต่อเนื่องจะส่งผลต่อระดับคุณภาพชีวิตของผู้เลี้ยงไก่พันธุ์เนื้อ แต่อาจยังไม่สามารถควบคุมตามเงื่อนไขบริษัทใหญ่ที่รับซื้อได้ง่าย ซึ่งเกษตรกรรายย่อยอาจเสียเปรียบในด้านการจัดการด้านการผลิต สอดคล้องกับ เบนญูญาภา อิตุพร และอุ๋นเรื่อน เล็กน้อย (2564) ศึกษาเรื่อง ความยั่งยืนทางสังคมของการเลี้ยงไก่เนื้อในระบบพันธสัญญา กรณีศึกษา เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้อขนาดเล็กในพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรี กล่าวว่า ความยั่งยืนทางสังคมของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้อในระบบพันธสัญญาที่เป็นผู้ประกอบการขนาดเล็กสามารถยกระดับมีคุณภาพชีวิตที่ดีได้ขึ้นอยู่กับปัจจัยการผลิตและมาตรฐานการเลี้ยงไก่พันธุ์เนื้อที่สามารถส่งออกผลผลิตให้กับผู้รับซื้อในระบบมาตรฐานที่ผู้รับซื้อตั้งเงื่อนไข ซึ่งอาจถือถือว่าการผูกขาดทางปัจจัยการผลิตและการมีอำนาจทางการตลาดของบริษัททุนเป็นการผูกขาดที่ทำให้เกษตรกรแทบจะไม่มีอำนาจต่อรองกับบริษัทคู่สัญญา อย่างไรก็ตามถือว่าเป็นวิธีจำหน่ายรับและการซื้อของฟาร์มพันธสัญญา ได้ทำ MOU ร่วมกับผู้ประกอบการเลี้ยงไก่ ซึ่งฟาร์มจะได้รับรองมาตรฐานต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นระบบฟาร์มและตัวไก่โคราช ซึ่งจะมีการรับประกันราคาไก่ ก็สามารถจำหน่ายได้ในราคาที่ตกลงกันแต่แรกมีขึ้นลงตามราคากลางของบริษัทเครือข่ายที่เป็นบริษัทชั้นนำของประเทศที่มีการจำหน่ายและส่งออกในประเทศและต่างประเทศ

นอกจากนี้ยังพบว่า ด้านช่องทางการจำหน่ายในจังหวัดสุรินทร์ นอกจากการจำหน่ายไก่โคราชของพ่อค้าคนกลางที่เป็นคู่ค้ากันแล้วจะมีผู้รับซื้อในพื้นที่แล้ว ผู้ประกอบการฟาร์มฯ ยังคงต้องการขยายตลาดเพิ่มขึ้น โดยทางฟาร์มฯ ได้มีการประชาสัมพันธ์ช่องทางจำหน่ายทางโทรศัพท์ โลก และเฟสบุ๊ก ของฟาร์ม ซึ่งผลตอบรับเป็นที่น่าพึงพอใจของสมาชิก แต่อย่างไรก็ตามลูกค้าที่ติดต่อทางสามช่องทางดังที่กล่าวนี้ยังคงเป็นลูกค้ารายเดิม และลูกค้าที่เป็นการบอกต่อกันและเครือข่าย ซึ่งการขยายตลาดต้องได้รับการพัฒนาทั้งระบบเว็บไซต์ ระบบการสั่งซื้อที่สามารถติดต่อสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ได้โดยตรงจากฟาร์มฯ และฟาร์มเองไม่มีองค์ความรู้ในการบริหารจัดการข้อมูลระบบสารสนเทศได้อย่างเพียงพอ และการสร้างความมั่นใจให้กับสินค้าจะทำให้เกิดการขยายตลาดการจำหน่ายได้เพิ่มขึ้น ดังนั้นการใช้ระบบสารสนเทศที่ทันสมัยเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่เป็นทางเลือกในการจำหน่ายสินค้าได้กว้างขึ้น เพราะสามารถประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ไปได้ทั่วทุกมุมโลกโดยมีการลงทุนที่ไม่สูงและให้ผลตอบแทนที่มากขึ้น สอดคล้องกับ ธนิตา อัครโยธิน (2560) ศึกษาเรื่อง การตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา กล่าวว่า การตลาดออนไลน์ในรูปแบบต่างๆ ทั้งรูปแบบการตลาดเชิงเนื้อหา การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และการตลาดผ่านเครื่องมือค้นหา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคและเป็นตลาดที่ผู้บริโภคทั่วทุกมุมโลกสามารถเข้าถึง และสั่งซื้อได้โดยตรงและเป็นตลาดที่กว้างทำให้ผู้ประกอบการสามารถทำรายได้จากการจำหน่ายสินค้าในรูปแบบดังกล่าวที่ให้ผลตอบแทนสูง

ในส่วนของการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นกระบวนการที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมาย ตั้งแต่การสร้างภาพลักษณ์และเข้าใจในผลิตภัณฑ์ เกิดความชอบและต้องการใช้ และจูงใจให้ซื้อสินค้าหรือบริการ ซึ่งการส่งเสริมการตลาดสามารถแบ่งออกเป็น 5 ประเภทใหญ่ ๆ ได้แก่ การโฆษณาการประชาสัมพันธ์ การขายโดยใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย และการตลาดทางตรง ซึ่งรูปแบบที่มักใช้ในการส่งเสริมการขายมีผลิตภัณฑ์ข่าวของกลุ่มฯ คือ การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) เป็นการให้ข้อมูลเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์หรือธุรกิจ โดยที่ไม่เสียค่าใช้จ่ายสำหรับซื้อเวลาหรือพื้นที่จากสื่อ แต่อาจมีค่าใช้จ่ายในการจัดงาน โดยอาจมีการจัดกิจกรรมทางการตลาดที่น่าสนใจ หรือการใช้วาระโอกาสของการประชามหุ่บ้านในการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการขาย เพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้เข้าร่วมงาน โดยปัญหาของการส่งเสริมการตลาดของผู้ประกอบการฟาร์มในตำบลบักได คือ ไม่มีงบประมาณเพียงพอ และขาดแรงงานหรือทายาทผู้ประกอบการขาดองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยี ไม่สามารถโฆษณาและประชาสัมพันธ์ทางสื่อออนไลน์ได้มากนัก ทำให้การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์อยู่ในวงจำกัดเฉพาะผู้ซื้อที่รู้จัก หรือลูกค้ารายเดิมเท่านั้น จะเห็นได้ว่าปัญหาของผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะเกิดขึ้นกับผู้ประกอบการรายเล็ก ดังนั้น การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการรายเล็กเป็นสิ่งสำคัญเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากผู้ประกอบการรายเล็กอาจจะขาดความตระหนักในเรื่องการดำเนินธุรกิจฟาร์มไก่ที่รอบด้าน เพราะขาดประสบการณ์ที่กว้างไกลจากผู้ประกอบการรายใหญ่ที่มีบริษัทขนาดใหญ่เป็นที่ปรึกษาและมีระบบการจัดการที่ครอบคลุมมากกว่า ความยั่งยืนของผู้ประกอบการขนาดใหญ่จึงมีแนวโน้มความยั่งยืนมากกว่า สอดคล้องกับ วรพันธ์ สุวรรณปิฎกกุล และชุตินา ไวศรายุทธ์ (2554) ศึกษาเรื่องแนวทางการเสริมสร้างศักยภาพของผู้ประกอบการด้านอาหารขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย กล่าวว่า ผู้ประกอบการในธุรกิจแต่ละขนาดย่อมมีความตระหนักในรูปแบบของธุรกิจที่แตกต่างกัน ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีความตระหนักในคุณภาพและความปลอดภัยสูงจะต้องการการเสริมสร้างศักยภาพในเรื่องการทำตลาด และมีปัจจัยขับเคลื่อนด้านการตลาดเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการจัดทำระบบคุณภาพและความปลอดภัย ซึ่งต่างจากกลุ่มผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีความตระหนักในคุณภาพและความปลอดภัยต่ำกว่า จะเน้นความต้องการในการบริหารจัดการระบบคุณภาพและความปลอดภัยเป็นอันดับแรก ซึ่งความยั่งยืนของธุรกิจย่อมมีแนวโน้มของความมั่นคงแตกต่างกันด้วย

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1. รู้วิธีการทำข้อตกลงร่วมกันหรือฟาร์มพันธะสัญญา ได้ทำ MOU ร่วมกับผู้ประกอบการเลี้ยงไก่ ซึ่งฟาร์มจะได้รับรองมาตรฐานต่างๆ
2. นำวิธีการบริหารจัดการด้านฟาร์มให้ได้มาตรฐาน เป็นระบบฟาร์มที่ถูกต้องตามหลักมาตรฐานฟาร์มของกรมปศุสัตว์ รูปแบบโรงเรือน ลักษณะพื้นโรงเรือน รูปแบบการเลี้ยง อุปกรณ์การเลี้ยง การบันทึกข้อมูลการเลี้ยง การบันทึกรายจ่ายและรายรับ การกักลูกไก่ การให้แสงสว่าง อาหารที่ให้ไก่กิน วิธีการให้อาหาร แหล่งน้ำที่ใช้เลี้ยงไก่ และการเตรียมโรงเรือนเพื่อที่จะขอมาตรฐานฟาร์มจากกรมปศุสัตว์ได้ และยกระดับมาตรฐานไก่หรือผลิตภัณฑ์ให้สูงขึ้นเพื่อได้ราคาที่สูงขึ้น
3. ฟาร์มสามารถสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ช่องทางจำหน่ายที่หลากหลายเช่น เพจฟาร์ม ไลน์กลุ่ม และเฟสของเจ้าของฟาร์ม ทำการประชาสัมพันธ์สร้างระบบการขายเพื่อที่ลูกค้าสามารถสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ได้โดยตรงจากฟาร์มฯ

### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

- 1) ควรมีภาคีเครือข่าย ระหว่างเกษตรกรกับหน่วยงานอื่น ๆ ทั้งภาครัฐ และเอกชนโดยอาจมีการทำบันทึกข้อตกลงความร่วมมือระหว่างกัน (MOU) เพื่อประโยชน์ของเกษตรกรและกลุ่มเกษตรกร เพิ่มประสิทธิภาพการทำงานระหว่างหน่วยงานภาครัฐ และระหว่างภาครัฐกับเอกชน จะช่วยยกระดับฟาร์มของเกษตรกรให้มีความปลอดภัยต่อสัตว์และเกษตรกรสูงขึ้น สร้างความมั่นใจต่อผู้บริโภค เพิ่มความสามารถในการแข่งขันทางการตลาดในประเทศและต่างประเทศ
- 2) เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้อโคราชรายเล็กยังขาดความรู้ด้านการจัดการระบบฟาร์มและการสุขาภิบาลที่ถูกต้อง และความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นด้านการส่งเสริมอาชีพมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อการส่งเสริมและสนับสนุนด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ซึ่งช่วยยกระดับด้านการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลผลิตและการตลาดทำให้เกษตรกรมีโอกาสในการสร้างรายได้เพิ่มมากขึ้น
- 3) เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้อโคราชส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ด้าน ระบบขั้นตอน กฎหมายการส่งออก ระหว่างประเทศทำให้เกษตรกรมองว่ามีความยุ่งยาก ลำบาก มีค่าใช้จ่ายสูงในการที่จะนำไก่ชำแหละไปขายต่างประเทศที่ประเทศกัมพูชา ซึ่งราคาที่กำไรหลังหักค่าใช้จ่ายในการส่งออก

## เอกสารอ้างอิง

- กรมปศุสัตว์. (2564). *จำนวนเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ในจังหวัดสุรินทร์*. สุรินทร์: สำนักงานปศุสัตว์สุรินทร์.
- เฉลิมชัย หอมตา. (2563). *การศึกษาสภาพการเลี้ยงไก่เนื้อโคราชของเครือข่ายเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้อโคราชมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี*. กรุงเทพมหานคร: สถาบันวิจัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- ธนิดา อัสวโยธิน. (2560). *การตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภค*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- บุญชม ศรีสะอาด. (2560). *การวิจัยเบื้องต้น*. (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพมหานคร: สุวีริยาสาส์น.
- ประภาพร ขอไพบุลย์ และคณะ. (2560). *การสร้างและปกป้องพันธุกรรมไก่พื้นเมืองของไทย เพื่อความมั่นคงอาหารและเสริมสร้างอาชีพ*. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- วรรณัท สุวรรณปิฎกกุล และชุติมา ไวศรายุทธ์. (2554). *แนวทางการเสริมสร้างศักยภาพของผู้ประกอบการด้านอาหารขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย*. *วารสารสมาคมนักวิจัย*. 16 (3), 76-88.
- ศูนย์วิจัยกรุงศรีอยุธยา. (2566). *แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2566-2568: อุตสาหกรรมไก่แช่เย็น แช่แข็ง และแปรรูป*. *ออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 13 เมษายน 2567. แหล่งที่มา: [www.https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/food-beverage](https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/food-beverage).
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2567). *สถานการณ์ไก่เนื้อและมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ไก่ของไทย*. *ออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 13 เมษายน 2567. แหล่งที่มา: <https://www.kasikornresearch.com/th>.
- อมรรัตน์ โมฬี และคณะ. (2555). *การสร้างสายพันธุ์ "ไก่เนื้อโคราช" เพื่อการผลิตเป็นอาชีพวิสาหกิจชุมชน*. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยนวัตกรรม.