

การศึกษาการประเมินความเป็นไปได้ของการผลิตไก่อพื้นเมืองสำหรับใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ในระดับชุมชน โดยใช้แบบสอบถามผู้จำหน่ายไก่อ่าง และผู้บริโภคไก่อ่างจำนวน 52 และ 390 ราย ตามลำดับ ในตลาดไก่อ่างบ้านแคน ไก่อ่างไม้มะดันห้วยทับทัน และไก่อ่างสถานีรถไฟกันทรารมย์ และผู้จำหน่ายไก่อ่างพื้นเมืองชำแหละ และผู้รวบรวมไก่อ่างพื้นเมืองมีชีวิต จำนวน 33 และ 9 ราย ตามลำดับ ในตลาดสด 12 แห่งของจังหวัดอุบลราชธานี จังหวัดศรีสะเกษ และจังหวัดยโสธร ข้อมูลที่ได้จากการศึกษานี้นำมาใช้ในการประเมินความเป็นไปได้ในการใช้ไก่อ่างผสมพื้นเมืองเข้าไปทดแทนไก่ที่ใช้ในปัจจุบันในตลาดไก่อ่างและตลาดสดในท้องถิ่น ผลการศึกษา พบว่า

ตลาดไก่อ่างทั้ง 3 แห่งใช้ไก่เนื้อ, ไก่อ่างเพศผู้ (ไก่อ่าง), ไก่อ่างสามสาย (ชื่อการค้า) เป็นวัตถุดิบหลักในการทำไก่อ่าง ซึ่งมีการผลิตป้อนเข้าสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง สม่ำเสมอตลอดปี ปริมาณการจำหน่ายไก่อ่าง ประมาณ 387,000 ตัวต่อปี มูลค่ารวมประมาณ 37.7 ล้านบาทต่อปี โดยในช่วงปกติจำหน่ายเฉลี่ยประมาณ 1,000 ตัวต่อวัน และในช่วงเทศกาล (ปีใหม่ ตรุษจีน และสงกรานต์) เฉลี่ยประมาณ 2,800 ตัวต่อวัน (เพิ่มขึ้น 2.8 เท่า) ขณะที่การค้าขายไก่อ่างพื้นเมืองในตลาดสด มีการจำหน่ายไก่อ่างพื้นเมืองชำแหละในตลาดสด 12 แห่งตลอดปี ประมาณ 213,000 ตัว มูลค่ารวมประมาณ 25.9 ล้านบาทต่อปี โดยในช่วงปกติมีปริมาณการจำหน่ายไก่อ่างพื้นเมืองชำแหละเฉลี่ย 580 ตัวต่อวัน และในช่วงเทศกาลมีปริมาณ 770 ตัวต่อวัน (เพิ่มขึ้น 1.3 เท่า) ขณะที่ไก่อ่างพื้นเมืองมีชีวิตที่รวบรวมได้ ประมาณ 268,000 ตัวต่อปี ซึ่งมากกว่าไก่อ่างพื้นเมืองชำแหละที่จำหน่ายในตลาดสดประมาณ ร้อยละ 25 แต่ปริมาณยังไม่เพียงพอต่อการจำหน่ายเป็นไก่อ่างพื้นเมืองชำแหละในตลาดท้องถิ่น เพราะผู้รวบรวมไก่อ่างพื้นเมืองจำหน่ายไก่อ่างพื้นเมืองมีชีวิตออกสู่ตลาดนอกท้องถิ่นด้วย ซึ่งทั้งผู้จำหน่ายไก่อ่างพื้นเมืองชำแหละและผู้รวบรวมไก่อ่างพื้นเมืองมีชีวิตยังมีความต้องการไก่อ่างพื้นเมืองรวมถึงไก่อ่างผสมพื้นเมืองป้อนเข้าสู่ตลาด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงเทศกาลและฤดูกาลเก็บเกี่ยวข้าวที่เกษตรกรเก็บไว้บริโภคในครัวเรือน

ดังนั้น ในด้านความต้องการใช้ไก่อ่างพื้นเมืองในตลาดระดับชุมชน จึงสรุปได้ว่า ไก่อ่างพื้นเมืองยังเป็นที่ต้องการของตลาดมาก แต่ในตลาดไก่อ่างมีความต้องการน้อยมาก ด้วยเหตุผลดังนี้ 1) ไก่อ่างพื้นเมืองไม่สามารถที่จะผลิตป้อนเข้าสู่ตลาดไก่อ่างได้สม่ำเสมอและต่อเนื่อง เพราะมีอัตราการเจริญเติบโตต่ำ และมีราคาแพงกว่าไก่เนื้อ 2) ไก่อ่างที่ทำจากไก่อ่างพื้นเมือง เมื่ออย่างสุกแล้วทิ้งไว้ 2-3 ชั่วโมงขึ้นไป จะแห้งเนื้อ มีสีคล้ำ เนื้อหืดตัว ไม่น่ารับประทาน 3) ผู้บริโภคไก่อ่างส่วนมากยังไม่มีความรู้ ความเข้าใจที่ดีพอเกี่ยวกับชนิดไก่ที่ใช้ทำไก่อ่าง จึงยังไม่มีผลต่อการตัดสินใจ

สำหรับในแง่ของการใช้ประโยชน์จากฝูงไก่พื้นเมือง 4 พันธุ์นั้น จากการศึกษาครั้งนี้ใคร่ขอเสนอว่า ควรผลิตเป็นไก่ลูกผสมพื้นเมืองให้มีศักยภาพในการเจริญเติบโตดีกว่าไก่พื้นเมือง เพื่อป้อนเข้าสู่ตลาดสดเป็นหลัก ซึ่งเป็นที่ต้องการของตลาดโดยเฉพาะผู้รวบรวมไก่มีชีวิตที่มีความต้องการในระดับมาก ส่วนในตลาดไก่ย่างแม้ว่าจะมีความเป็นไปได้บ้าง เนื่องจากในปัจจุบันผู้จำหน่ายไก่ย่างยังไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับไก่ลูกผสมพื้นเมือง แต่หากมีการนำไก่ลูกผสมพื้นเมืองมาทดลองจำหน่ายในตลาดไก่ย่างให้เป็นที่รู้จัก รวมถึงการประชาสัมพันธ์ข้อมูลทางด้านวิชาการเกี่ยวกับไก่ลูกผสมพื้นเมือง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้เป็นอาหารในเชิงสุขภาพ เชื่อว่าจะมีความเป็นไปได้มากขึ้น เพราะผู้บริโภคไก่ย่างจำนวนมากให้ความสนใจที่จะซื้อไก่ลูกผสมพื้นเมือง และสามารถยอมรับได้ในราคาที่สูงขึ้นไม่เกินร้อยละ 20 ของราคาไก่ย่างในปัจจุบัน โดยไก่ลูกผสมพื้นเมืองจะต้องมีคุณภาพเนื้อที่ใกล้เคียงกับไก่พื้นเมือง และมีลักษณะภายนอกของไก่ที่양สุกแล้วระหว่างที่รอการจำหน่ายในแต่ละวัน ไม่แตกต่างจากไก่ย่างในปัจจุบัน รวมถึงมีปริมาณการผลิตป้อนเข้าสู่ตลาดอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ

The study of feasibility of native chicken production for commercial in community level: by using seller and consumer interview test (52 and 390 heads, respectively) in grilled chicken markets (Ban Can, Mai Ma Dun and Kantrarom train station grilled chicken) also flense chicken as well as supplier of live native chicken (33 and 9 heads, respectively) in some fresh markets on local areas (Ubon Ratchathani, Srisaket and Yasothorn province). The data of these studies was assessed to feasible of hybrid native chicken to replace grilled and flense chicken for commercial in community level.

It was founded that 3 grilled chicken markets were used boiler, male layer and 3-line crossbred chicken because it can be continuous supported to the markets. The amount of chicken to make grilled chicken in total was 387,000 birds/year (37.7 million bath/year). However, there were 1,000 and 2,800 birds slaughtered a day in normal and festival periods (International, Chinese and Thai New Year festival) respectively. The amount of flense native chickens in fresh markets were 213,000 birds/year (25.9 million bath/year). There were 580 and 780 birds slaughtered a day in normal and festival period, respectively. Whereas, the amount of live chicken collected was higher than flense native chicken about 25% (268,000 birds/year). However, the amount of flense native chicken in local markets still not enough because the suppliers sold chicken to outer local market as well. The seller of flense native chicken and live native chicken supplier still would like to serve the demand of the local market, especially in festival and rice harvesting period.

So that, the aspect demand of native chicken in community market level can be concluded that native chicken still high level demands for a fresh market except in grilled chicken markets which demand very less level. We could give the reason as following 1) native chicken cannot produce enough to the markets because of low growth rate and higher price more than commercial chicken. 2) meat of grilled native chicken will dark, firm and dry after 2-3 hour of grilling 3) the consumer cannot distinguish between grilled native chicken and grilled common chicken, because most of consumer no have knowledge enough with concern about chicken type to make grilled chicken.

Utilization of 4 flocks of native chicken, it's can be expressed that hybrid chicken should higher growth performance more than native chicken because it's can be continuous supported to flense chicken market. Grilled chicken market was less feasibility because of seller did not know in term of native hybrid chicken information. However, if they test to sell in the market including advertisement of native hybrid chicken information in term of health food products it's could be more feasible. Consumer interested in native hybrid chicken and also accept price no more than 20% from now. Meat quality of native hybrid chicken should nearly native chicken as well as characteristic of meat when finish grilled (like a commercial chicken in the market). Finally, it's should be continuous supported to the markets.