

โมเดลการส่งเสริมการผลิตไก่เบตงเชิงธุรกิจในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้*

The Extension Model of Betong Chicken Production for Business in Three Southern Border Provinces

Received: October 8, 2018

Revised: July 12, 2019

Accepted: July 15, 2019

มงคล คงเสน (Mongkon Khongsen)**

เฉลิมศักดิ์ ตุ่มหิรัญ (Chalerm Sak Toomhirun)***

จินดา ขลิบทอง (Jinda Khlibtong)****

พรรณวดี โสพรรณรัตน์ (Panwadee Sopannarath)*****

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความต้องการความรู้ในการผลิต ความต้องการช่องทาง และวิธีการส่งเสริมการผลิตไก่เบตง กระบวนการผลิตไก่เบตงเชิงธุรกิจ พัฒนาโมเดลการส่งเสริมการผลิตไก่เบตงเชิงธุรกิจ และความคิดเห็นเกี่ยวกับโมเดลการส่งเสริมการผลิตไก่เบตงเชิงธุรกิจของเกษตรกร

วิธีการวิจัย เป็นการวิจัยแบบผสม มี 4 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การสำรวจโดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง เป็นข้อมูลเชิงปริมาณ สุ่มตัวอย่างแบบง่ายเป็นเกษตรกร 103 ราย จากประชากร 138 ราย วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนาและสถิติอนุมาน 2) สัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 9 ราย วิเคราะห์เนื้อหาเพื่อพัฒนาโมเดลต้นแบบ 3) การสนทนากลุ่ม จำนวน 10 ราย วิเคราะห์เนื้อหาเพื่อปรับปรุงโมเดล และ 4) สอบถามผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 9 ราย ใช้สถิติเชิงพรรณนาเพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้ที่เกี่ยวข้องในการใช้โมเดลการส่งเสริมการผลิตไก่เบตงเชิงธุรกิจ

* เพื่อเผยแพร่ผลงานจากคุชชินีพนธ์ ทุนวิจัยมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

** นักศึกษาปริญญาเอก สาขาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

Student in Degree of Doctor of Philosophy (Agricultural Extension and Development), School of Agricultural and Cooperatives, Sukhothai Thammathirat Open University., mongkonkhongsen@hotmail.com

*** รองศาสตราจารย์ ดร. สาขาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

Associate Professor Dr., School of Agricultural and Cooperatives, Sukhothai Thammathirat Open University., artoom@hotmail.com

**** รองศาสตราจารย์ ดร. สาขาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

Associate Professor Dr., School of Agricultural and Cooperatives, Sukhothai Thammathirat Open University., arkjin@hotmail.com

***** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คณะเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน

Assistant Professor Dr., Faculty of Agriculture, Kasetsart University., agrpds@ku.ac.th

ผลการวิจัย พบว่า เกษตรกรมีความต้องการความรู้ในการผลิตทั้งหมด 14 ประเด็น ผ่านสื่อทางการส่งเสริม คือ เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานราชการ คู่มือ และอินเทอร์เน็ต วิธีการส่งเสริมเป็นแบบอบรมเชิงปฏิบัติการ ระบบธุรกิจการผลิตไก่เบตงจากการวิเคราะห์ปัจจัยสามารถแบ่งได้เป็น 7 ระบบย่อย คือ การจัดหาสินค้า ปัจจัยการผลิต การผลิตสินค้า หุ่น การแปรรูป การจำหน่าย และการส่งออก โดยกระบวนการผลิตไก่เบตง จำแนกเป็น 2 รูปแบบ คือ การผลิตลูกไก่ และการผลิตไก่ขุน

โมเดลการส่งเสริมการผลิตไก่เบตงเชิงธุรกิจ ประกอบด้วย 1) กำหนดวัตถุประสงค์ เพื่อให้เกษตรกรมีแนวทางในการประกอบอาชีพที่มั่นคง มีรายได้จากการผลิตไก่เบตง มีความมั่นคงในชีวิตและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น โดยใช้แนวคิดการบริหาร 4M เป็นปัจจัยนำเข้า 2) ใช้กระบวนการ CSMMMRE ประกอบด้วย แหล่งต้นสาร นักส่งเสริม สาร สื่อ วิธีการ เกษตรกร และผลกระทบ 3) ผลผลิต เป็นความสามารถของเกษตรกรในการผลิตไก่เบตงในเชิงธุรกิจ และ 4) ผลลัพธ์ เป็น ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้นใน 3 ด้าน คือ เกิดอาชีพ (สังคม) เกิดรายได้ (เศรษฐกิจ) และเกิดสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (สิ่งแวดล้อม) โดยผู้ที่เกี่ยวข้องมีความเห็นด้วยกับโมเดลในระดับ มากที่สุด ได้แก่ ความเหมาะสม ความเป็นไปได้ ความสอดคล้องกับบริบท และการนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง

คำสำคัญ : โมเดลการส่งเสริม การผลิตไก่เบตง ธุรกิจ สามจังหวัดชายแดนภาคใต้

Abstract

The objectives of this research were to study knowledge need of production, the extension channel and methods requirements, production process of Betong chicken production for business, development an extension model of Betong chicken production for business and the opinions of those involved with the extension model of Betong chicken production for business in Three Southern Border Provinces.

The research methodology consists of 4 stages in mixed method 1) Survey using structured interviews was quantitative data and simple sampling with 103 farmers from 138 populations. Data were analyzed using descriptive and inferential statistics. 2) In-depth interviews with 9 key informants. Data were analyzed using content analysis for model development. 3) Focus group discussion with 10 experts. Data were analyzed using content analysis for model improvement and 4) Questionnaire with 9 experts to use descriptive statistics to study the opinions of those involved with the extension model of Betong chicken production for business.

The result finds that farmers had knowledge need in Betong chicken production all 14 issues. There were needed for the extension channels through the media were officers from government agencies, manuals, internet and workshop for extension method. Betong chicken production for business was based on factor analysis. It can be divided into 7 subsystems to

sourcing, agricultural input, production, capital, agro product processing, sales and export. The process of producing Betong chicken was divided into 2 types: production of chicks and chicken production.

The extension model of Betong chicken production for business in Three Southern Border Provinces starting from objective were 1) Farmers to had a career path. Had stable career, increase in revenue from the production of Betong chicken, Increase stability in life and well-being. There were 4M management ideas as inputs. 2) Used the CSMMMRE model process, which consists of a communication source, sender, message, media, methods, receiver and effects. 3) Outputs had made farmers in the three southern provinces able to produced commercial Betong chicken and 4) Outcomes bring about prosperity, stability and sustainability by transforming farmers into 3 aspects were occupation (social), income (economic) and geographic indication (environment). Mostly agree with the model in suitability, possibility to practice, context concordance and actual utilization from people involved with model.

Keywords: Extension Model, Betong Chicken Production, Business, Three Southern Border Provinces

บทนำ

ไก่เบตง ตามประวัติความเป็นมาของไก่พันธุ์นี้ เข้าใจว่าเป็นไก่ที่มีเชื้อสายมาจากไก่พันธุ์เลนซาน มีถิ่นกำเนิดอยู่ในประเทศจีน เมื่อชาวจีนอพยพเข้ามาตั้งหลักแหล่งในประเทศไทยที่อำเภอเบตง ได้นำเอาไก่พันธุ์นี้มาเลี้ยงด้วย ต่อมาก็แพร่พันธุ์ไปทั่วในจังหวัดยะลา (สุพจน์ อารักษ์โรจน์, 2560) ไก่เบตงเป็นไก่พื้นเมืองที่มีความต้องการของตลาด ทั้งในประเทศและต่างประเทศ แต่ปัญหาที่สำคัญของผู้ประกอบการในการผลิตไก่เบตง นอกเหนือจากปัญหาความไม่สงบของพื้นที่แล้ว ยังมีปัญหาเกี่ยวกับการขาดไก่เบตงสายพันธุ์ดี ขาดความรู้ในการจัดการฟาร์ม ขาดความรู้ในเชิงธุรกิจ ซึ่งส่งผลทำให้ไม่สามารถควบคุมคุณภาพการผลิตได้ รวมทั้งการกำหนดคุณภาพการผลิตและปริมาณการผลิตที่ไม่สามารถควบคุมได้ ทำให้ร้านอาหารและภัตตาคารไม่สามารถบรรจุไก่เบตงลงในเมนูอาหารของตนเองได้ (ผู้จัดการออนไลน์, 2552)

ปัจจุบันการพัฒนาการผลิตไก่เบตงยังไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร ทั้งนี้สาเหตุเนื่องจากปัญหาการขาดความรู้ ทางด้านการควบคุมการผลิต การจัดจำหน่าย การแปรรูป และการตลาด ซึ่งส่งผลให้การพัฒนาไก่เบตงขาดความยั่งยืน เช่น การผลิตไก่เบตงที่ไม่ตรงต่อความต้องการของตลาด เลี้ยงแล้วไม่มีสถานที่จำหน่าย จำหน่ายแล้วไม่ได้ราคาตามต้องการ การพัฒนาการเลี้ยงไก่เบตงจึงต้องเริ่มต้นตั้งแต่การพัฒนาสายพันธุ์ไก่ การให้ความรู้ กระบวนการเลี้ยง การจัดการฟาร์ม การแปรรูป ไปจนถึงการตลาด โดยการพัฒนาสายพันธุ์ รวมถึงการจัดเตรียม

ข้อมูล เพื่อตั้งโรงเชือดและแปรรูปไก่ตามมาตรฐาน อุตสาหกรรมฮาลาล เพื่อรองรับปริมาณที่เพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นการเตรียมความพร้อมให้กับผู้ประกอบการในการส่งออก

ดังนั้นการให้ความรู้และการพัฒนากระบวนการผลิต ผ่านช่องทางและวิธีการส่งเสริมที่เหมาะสม ทำให้การผลิตไก่เบตงสามารถผลิต เพื่อการแข่งขันในเชิงธุรกิจได้นั้น ถือว่ามีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาพื้นที่ ซึ่งนอกจากจะเป็นสิ่งบ่งบอกถึงอัตลักษณ์ของสังคมแล้ว ไก่เบตงยังเป็นไก่ที่สามารถนำมาพัฒนาเป็นธุรกิจในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ได้ โดยต้องทำการศึกษาวิจัยการพัฒนาโมเดลในการส่งเสริมการผลิตไก่เบตงเชิงธุรกิจให้สามารถนำโมเดลดังกล่าวมาส่งเสริมให้แก่เกษตรกร เจ้าหน้าที่และผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกษตรกรมีความรู้ มีเทคโนโลยีการผลิต ทำให้เกิดรายได้ที่เพิ่มขึ้น เพิ่มความมั่นคงในชีวิต และช่วยลดผลกระทบที่เกิดจากปัญหาเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่ได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความต้องการความรู้ในการผลิต ความต้องการช่องทางการส่งเสริมและวิธีการส่งเสริมการผลิตไก่เบตงของเกษตรกรในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้
2. เพื่อศึกษากระบวนการผลิตไก่เบตงเชิงธุรกิจในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้
3. เพื่อพัฒนาโมเดลการส่งเสริมการผลิตไก่เบตงเชิงธุรกิจในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้
4. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้ที่เกี่ยวข้องกับโมเดลส่งเสริมการผลิตไก่เบตงเชิงธุรกิจในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้

แนวคิดและทฤษฎี

แนวคิดและทฤษฎีหลักที่นำมาใช้ในการดำเนินการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย แนวคิดเกี่ยวกับการผลิตเชิงธุรกิจ แนวคิดเกี่ยวกับการส่งเสริมเกษตร และกระบวนการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับการผลิตเชิงธุรกิจ

แนวคิดธุรกิจเกษตรของ James et. al. (2014) กล่าวคือ การดำเนินงานในการประกอบธุรกิจเกษตร ประกอบด้วย 1) การผลิตและการจำหน่ายปัจจัยการผลิตสินค้าเกษตร 2) กิจกรรมการผลิตในฟาร์ม 3) การแปรรูปและการเก็บรักษา และ 4) การจัดจำหน่ายสินค้าเกษตรและผลพลอยได้จากสินค้าเกษตร แนวคิดเกี่ยวกับโซ่คุณค่าของ Porter (1985) แบ่งกิจกรรมภายในองค์กรออกเป็น 2 กิจกรรม คือ 1) กิจกรรมหลัก ประกอบด้วย โลจิสติกส์ขาเข้า การปฏิบัติการ โลจิสติกส์ขาออก การตลาดและการขาย และการบริการ และ 2) กิจกรรมสนับสนุน ประกอบด้วย การจัดหา การพัฒนาเทคโนโลยี การจัดการทรัพยากรมนุษย์ และโครงสร้างองค์การ โดยกิจกรรมทุกประเภทมีส่วนในการช่วยเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้าหรือบริการ

แนวคิดเกี่ยวกับการส่งเสริมการเกษตร

ดิเรก ฤกษ์ห่วย (2556: 3) ได้ให้ความหมายของการส่งเสริมการเกษตร (extension work) คือ ระบบการศึกษานอกโรงเรียนที่กลุ่มเป้าหมายไม่จำกัดเพศ วัย อายุ คุณวุฒิ และพื้นฐาน การเรียนรู้ได้จากการกระทำด้วยตนเองและพัฒนาการพึ่งตนเอง ในเรื่องราวได้และคุณภาพชีวิต

วิธีการส่งเสริมการเกษตรเป็นวิธีการที่เจ้าหน้าที่ส่งเสริมติดต่อกับบุคคลเป้าหมาย โดยแบ่งได้เป็น 3 วิธีการ (Bradfield, 1966) ได้แก่ 1) วิธีการส่งเสริมรายบุคคล โดยเจ้าหน้าที่เดินทางไปพบปะเยี่ยมเยียนบุคคลเป้าหมาย 2) วิธีการส่งเสริมแบบกลุ่ม เป็นการถ่ายทอดความรู้หรือการสื่อสารระหว่างเจ้าหน้าที่ส่งเสริมกับกลุ่มบุคคลเป้าหมาย และ 3) วิธีการส่งเสริมมวลชน เป็นวิธีที่เข้าถึงชนกลุ่มใหญ่ โดยอาศัยสื่อ

กระบวนการตัดสินใจนวัตกรรม

แบบจำลองเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรมของ โรเจอร์ส (Rogers, 2003) มีอยู่ 5 ขั้นตอน คือ 1) ขั้นความรู้ บุคคลจะทราบว่ามีนวัตกรรมนั้นปรากฏอยู่และพอที่จะเข้าใจว่านวัตกรรมนั้นทำหน้าที่อย่างไร 2) ขั้นการสนใจ บุคคลจะแสดงทัศนคติต่อนวัตกรรมในรูปแบบเห็นด้วยและไม่เห็นด้วย 3) ขั้นการตัดสินใจ บุคคลจะมีแนวทางการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรม คือ ยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรม 4) ขั้นการลงมือปฏิบัติ บุคคลผู้รับนวัตกรรมจะลงมือปฏิบัติตามแนวทางของนวัตกรรมนั้น และ 5) ขั้นทบทวนการตัดสินใจ บุคคลจะแสวงหาข่าวสารเพิ่มเติม เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรมที่ได้ทำไปแล้ว

วิธีการวิจัย

การวิจัยเรื่อง โมเดลการส่งเสริมการผลิตไก่เบตงเชิงธุรกิจในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ เป็นการวิจัยแบบผสม (Mixed Method) ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพในงานวิจัยเดียวกัน การวิจัยนี้แบ่งออกเป็น 4 ระยะตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาความต้องการความรู้ในการผลิต ความต้องการช่องทางการส่งเสริมและวิธีการส่งเสริมการผลิตไก่เบตงของเกษตรกรในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ใช้ประชากรจากข้อมูลเกษตรกรผู้ซื้อไก่เบตงจากศูนย์วิจัยและบำรุงพันธุ์สัตว์ยะลา ในช่วงปี 2558-2560 จำนวน 138 ราย สุ่มตัวอย่างแบบใช้ความน่าจะเป็น (Probability Sampling) กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของ Taro Yamane 1973 (อ้างถึงใน บุญชม ศรีสะอาด, 2541: 101) ที่ระดับความคลาดเคลื่อน 0.05 ได้ตัวอย่าง จำนวน 103 ราย ใช้แบบสัมภาษณ์ เป็นเครื่องมือสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ โดยมีประเด็นข้อคำถามจากการทบทวนวรรณกรรมและข้อมูลตามหลักห่วงโซ่คุณค่า ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของเครื่องมือ (Content Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตไก่เบตงและด้านการส่งเสริมการเกษตร จำนวน 3 ท่าน และหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้ค่า Cronbach's alpha จากเครื่องมือ 33 ชุด มีค่า เท่ากับ 0.904 วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าร้อยละ ความถี่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติอนุมาน ได้แก่ การทดสอบที การวิเคราะห์ความแปรปรวน การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ และการวิเคราะห์ปัจจัย

ขั้นตอนที่ 2 ศึกษากระบวนการผลิตไก่เบตงเชิงธุรกิจในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ เพื่อสร้างกระบวนการผลิตไก่เบตงในเชิงธุรกิจ ใช้การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) คือ การวิเคราะห์กิจกรรมหลักและกิจกรรมสนับสนุน โดยใช้เทคนิค Snow Ball กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการผลิตไก่เบตงเชิงธุรกิจในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ จำนวน 9 ท่าน ใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant Interview: KII) เป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยกำหนดข้อคำถามจากข้อมูลกระบวนการผลิตตามหลักห่วงโซ่คุณค่าและผู้ส่งสาร สาร ช่องทางการส่งสาร และผู้รับสารที่เหมาะสม ตาม

หลักการสื่อสาร วิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (Content Analysis) เพื่อให้ได้ร่างโมเดลการส่งเสริมการผลิตไก่เบตงในเชิงธุรกิจ (Prototype)

ขั้นตอนที่ 3 พัฒนาโมเดลการส่งเสริมการผลิตไก่เบตงเชิงธุรกิจในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ใช้แบบบันทึกประเด็นในการสนทนากลุ่มในการพัฒนาโมเดล กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยมีกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการผลิตไก่เบตงในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ จำนวน 10 ท่าน ใช้แบบบันทึกประเด็นในการสนทนากลุ่ม เพื่อพัฒนาโมเดลการส่งเสริมการผลิตไก่เบตงเชิงธุรกิจ โดยการวิเคราะห์เนื้อหา จากขั้นตอนที่ 1 และขั้นตอนที่ 2 ในการพัฒนาโมเดลการผลิตไก่เบตงเชิงธุรกิจ ร่วมกับทฤษฎี แนวคิด การส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร เพื่อให้ได้โมเดลฉบับสมบูรณ์ โดยใช้การจดบันทึกและการถอดรายละเอียดจากเทปบันทึกเสียง จากประเด็นที่ได้ทำการสนทนา วิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (Content Analysis)

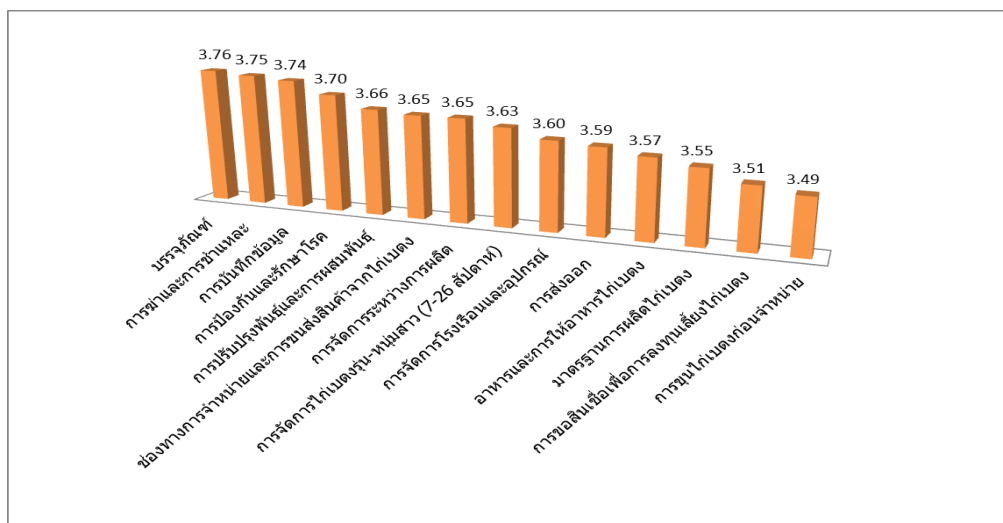
ขั้นตอนที่ 4 ศึกษาความคิดเห็นของผู้ที่เกี่ยวข้องกับโมเดลส่งเสริมการผลิตไก่เบตงเชิงธุรกิจในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยประกอบด้วย ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการผลิตไก่เบตงเชิงธุรกิจในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ จำนวน 9 ท่าน ใช้แบบสอบถามความคิดเห็น โดยมีข้อคำถามเกี่ยวกับ ความเหมาะสม ความเป็นไปได้ในการปฏิบัติ ความสอดคล้องกับบริบท และการนำไปใช้ได้จริง ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาความต้องการความรู้ในการผลิต ความต้องการช่องทางการส่งเสริมและวิธีการส่งเสริมการผลิตไก่เบตงของเกษตรกรในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้

1.1 สภาพทั่วไปทางสังคมและเศรษฐกิจของเกษตรกร พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุเฉลี่ย 42.94 ปี นับถือศาสนาอิสลาม ร้อยละ 62.10 การศึกษาระดับอนุปริญา ปวส. หรือเทียบเท่า ร้อยละ 40.78 มีสมาชิกในครัวเรือนเฉลี่ย 5 คน ส่วนใหญ่ใช้แรงงานเลี้ยงไก่เบตงจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 42.70 มีประสบการณ์ในการเลี้ยงไก่เบตง 3-5 ปี คิดเป็นร้อยละ 41.80 มีจำนวนไก่เบตงที่เลี้ยงทั้งหมดเฉลี่ย 435.33 ตัว แบ่งเป็นลูกไก่อายุไม่เกิน 6 สัปดาห์ จำนวน 77.81 ตัว ไก่รุ่น-ไก่หนุ่มสาว (6-22 สัปดาห์) จำนวน 99.33 ตัว พ่อพันธุ์ จำนวน 7.93 ตัว และแม่พันธุ์ จำนวน 10.19 ตัว เกษตรกรมีอาชีพหลักทำสวนยางพารา ร้อยละ 32.04 และมีรายได้จากอาชีพหลักเฉลี่ย 16,390 บาท/เดือน อาชีพรองของเกษตรกรส่วนใหญ่ คือ เลี้ยงไก่เบตง ร้อยละ 83.50 มีรายได้จากอาชีพรองเฉลี่ย 8,793 บาท/เดือน และเกษตรกรมีรายได้จากไก่เบตงเฉลี่ย 7,503.90 บาท/เดือน

1.2 ความต้องการความรู้ในการผลิต พบว่า เกษตรกรมีความต้องการความรู้ในการผลิตในระดับมาก ทั้งสิ้น 14 ประเด็น เรียงลำดับได้ ดังแสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แสดงความต้องการความรู้ในการผลิตของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เบตง

1.3 ความต้องการสื่อเพื่อการส่งเสริมการผลิตไก่เบตงเชิงธุรกิจ พบว่า เกษตรกรมีความต้องการสื่อในการส่งเสริมการผลิตไก่เบตงเชิงธุรกิจ ประเภทสื่อบุคคล คือ เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานราชการ ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ คือ คู่มือ และประเภทสื่ออิเล็กทรอนิกส์ คือ อินเทอร์เน็ต

1.4 ความต้องการวิธีการส่งเสริมการผลิตไก่เบตงเชิงธุรกิจ ผลการวิจัย พบว่า เกษตรกรมีความต้องการวิธีการส่งเสริมด้วยการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการสูงกว่าการบรรยาย การทัศนศึกษา และสาธิต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P < 0.05$) ความต้องการ เท่ากับ 2.50, 2.35, 2.33 และ 2.30 ตามลำดับ

1.5 ข้อเสนอแนะของเกษตรกร พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ (ร้อยละ 80.58) มีการเสนอให้หน่วยงานของรัฐเข้ามาช่วยเหลือในการแก้ปัญหา โดยเฉพาะหน่วยงานด้านปศุสัตว์

1.6 การวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation) ด้วยวิธี Pearson Correlation และพิจารณาระดับน้ำหนัความสัมพันธ์ โดยใช้เกณฑ์แปลผลของ Cohen (1988) พบว่า รายได้จากการจำหน่ายไก่เบตงมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับมากกับจำนวนไก่เบตงที่เลี้ยงทั้งหมด ($r = 0.545$) ประสบการณ์ในการเลี้ยงไก่เบตง ($r = 0.524$) รายได้จากอาชีพรอง ($r = 0.509$) และจำนวนลูกไก่ ($r = 0.506$) มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลางกับจำนวนแรงงาน ($r = 0.435$) และมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับน้อยกับรายได้จากอาชีพหลัก ($r = 0.271$) และจำนวนไก่รุ่น ($r = 0.262$)

1.7 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ปัจจัยที่ร่วมกันทำนายรายได้จากการจำหน่ายไก่เบตงกับตัวแปรสภาพทางเศรษฐกิจและสังคม พบว่า มีตัวแปร 4 ตัว ที่ร่วมกันทำนายและอธิบายการผันแปรได้ร้อยละ 69.40 ($R^2 = 0.694$) (ตารางที่ 1) ซึ่งมีสมการพยากรณ์ ดังนี้

(รายได้จากการจำหน่ายไก่เบตง) = $(-335.038) + 0.188(\text{รายได้จากอาชีพรอง}) + 1,448.839(\text{จำนวนแรงงานที่เลี้ยงไก่เบตง}) + 4.550(\text{จำนวนไก่เบตงที่เลี้ยงทั้งหมด}) + 294.819(\text{ประสบการณ์ในการเลี้ยงไก่เบตง})$

ตารางที่ 1 ผลวิเคราะห์การพยากรณ์รายได้จากการเลี้ยงไก่เบตงกับตัวแปรสภาพเศรษฐกิจและสังคม

ตัวแปรอิสระ (ตัวพยากรณ์)	b	Beta	t-value	p-value
รายได้จากอาชีพรอง	0.188	0.434	5.845	0.000
จำนวนแรงงานที่ใช้เลี้ยงไก่ในครอบครัว	1448.839	0.283	3.299	0.002
จำนวนไก่เบตงที่เลี้ยงทั้งหมด	4.550	0.296	4.112	0.000
ประสบการณ์ในการเลี้ยงไก่เบตง	294.819	0.284	3.238	0.002
ค่าคงที่ (Constant)	-335.038		-.397	.693
R = 0.833 R ² = 0.694 F = 34.58 p-value <0.001				

ปัจจัยที่ร่วมกันทำนายรายได้จากการจำหน่ายไก่เบตงกับตัวแปรการได้รับความรู้ พบว่า มีตัวแปร 4 ตัว ที่ร่วมกันทำนายและอธิบายการผันแปรได้ร้อยละ 23.00 (R² = 0.230) (ตารางที่ 2) ซึ่งมีสมการพยากรณ์ ดังนี้
(รายได้จากการจำหน่ายไก่เบตง) = 5,413.297 - 2,431.90 (การจำหน่าย) - 1,556.203 (บรรจุภัณฑ์) + 2,755.175 (การดูแลรักษาและการคัดเลือกพันธุ์) + 1.965.923 (การส่งออก)

ตารางที่ 2 ผลวิเคราะห์การพยากรณ์รายได้จากการเลี้ยงไก่เบตงกับตัวแปรการได้รับความรู้

ตัวแปรอิสระ (ตัวพยากรณ์)	b	Beta	t-value	p-value
การได้รับความรู้เกี่ยวกับการจำหน่ายและผลพลอยได้	-2431.901	-.337	-3.465	.001
การได้รับความรู้เกี่ยวกับการดูแลรักษาและการคัดเลือกพันธุ์	2755.175	.280	2.858	.005
การได้รับความรู้เกี่ยวกับการส่งออก	1965.923	.266	2.721	.008
การได้รับความรู้เกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์	-1556.203	-.221	-2.192	.031
ค่าคงที่ (Constant)	5413.297		1.338	.184
R = 0.479 R ² = 0.230 F = 6.492 p-value <0.001				

ปัจจัยที่ร่วมกันทำนายรายได้จากการจำหน่ายไก่เบตงกับตัวแปรความต้องการความรู้ พบว่า มีตัวแปร 1 ตัว ที่ร่วมกันทำนายและอธิบายการผันแปรได้ร้อยละ 7.90 (R² = 0.079) (ตารางที่ 3) ซึ่งมีสมการพยากรณ์ ดังนี้

(รายได้จากการจำหน่ายไก่เบตง) = 14,093.39-1,809.285 (การพัฒนาสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด)

ตารางที่ 3 ผลวิเคราะห์การพยากรณ์รายได้จากการเลี้ยงไก่เบตงกับตัวแปรความต้องการความรู้

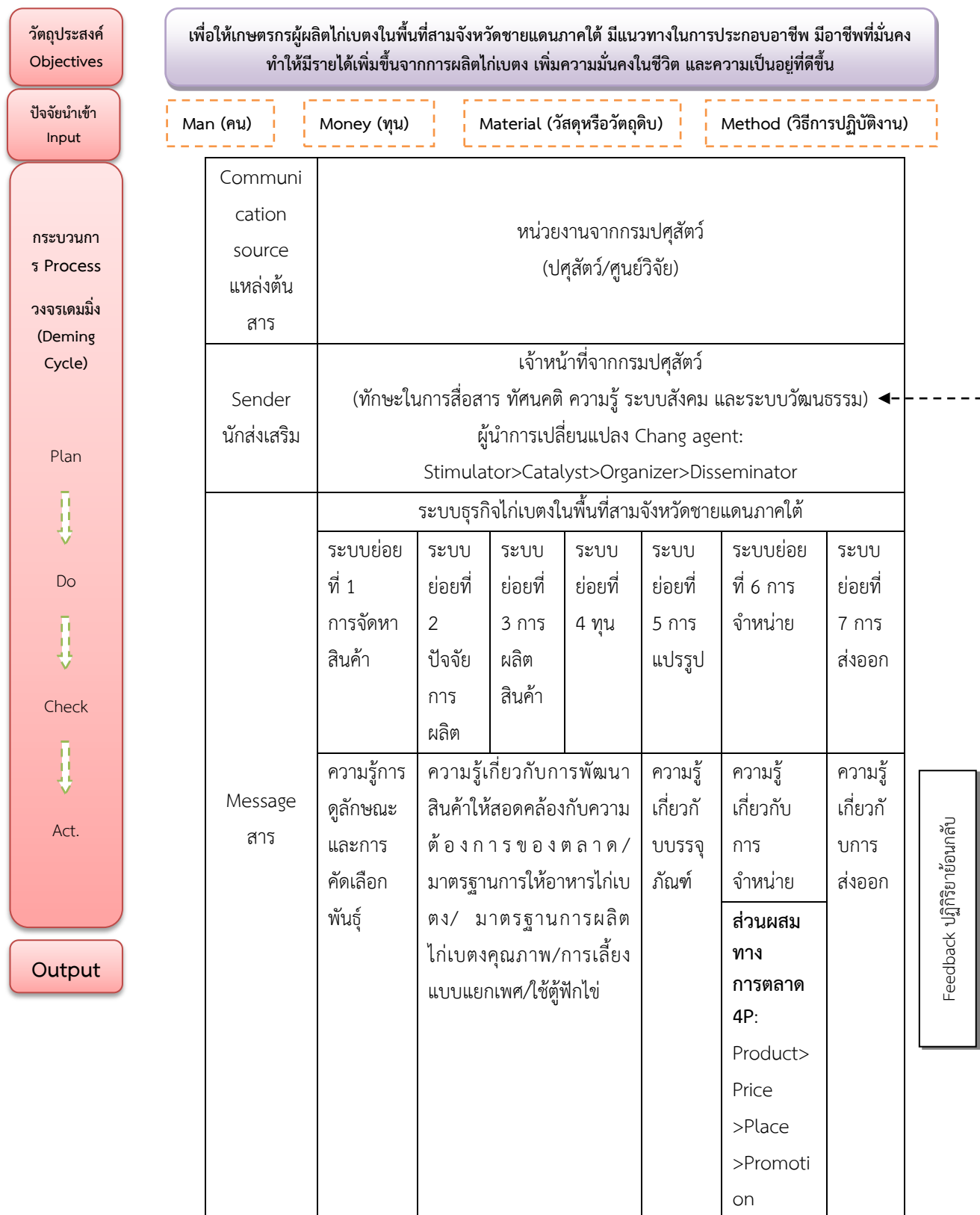
ตัวแปรอิสระ (ตัวพยากรณ์)	b	Beta	t-value	p-value
ความต้องการความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด	-1809.285	-.281	-2.765	.007
ค่าคงที่ (Constant)	14093.396		5.846	.000
R = .281 R ² = .079 F = 7.645 p-value <0.001				

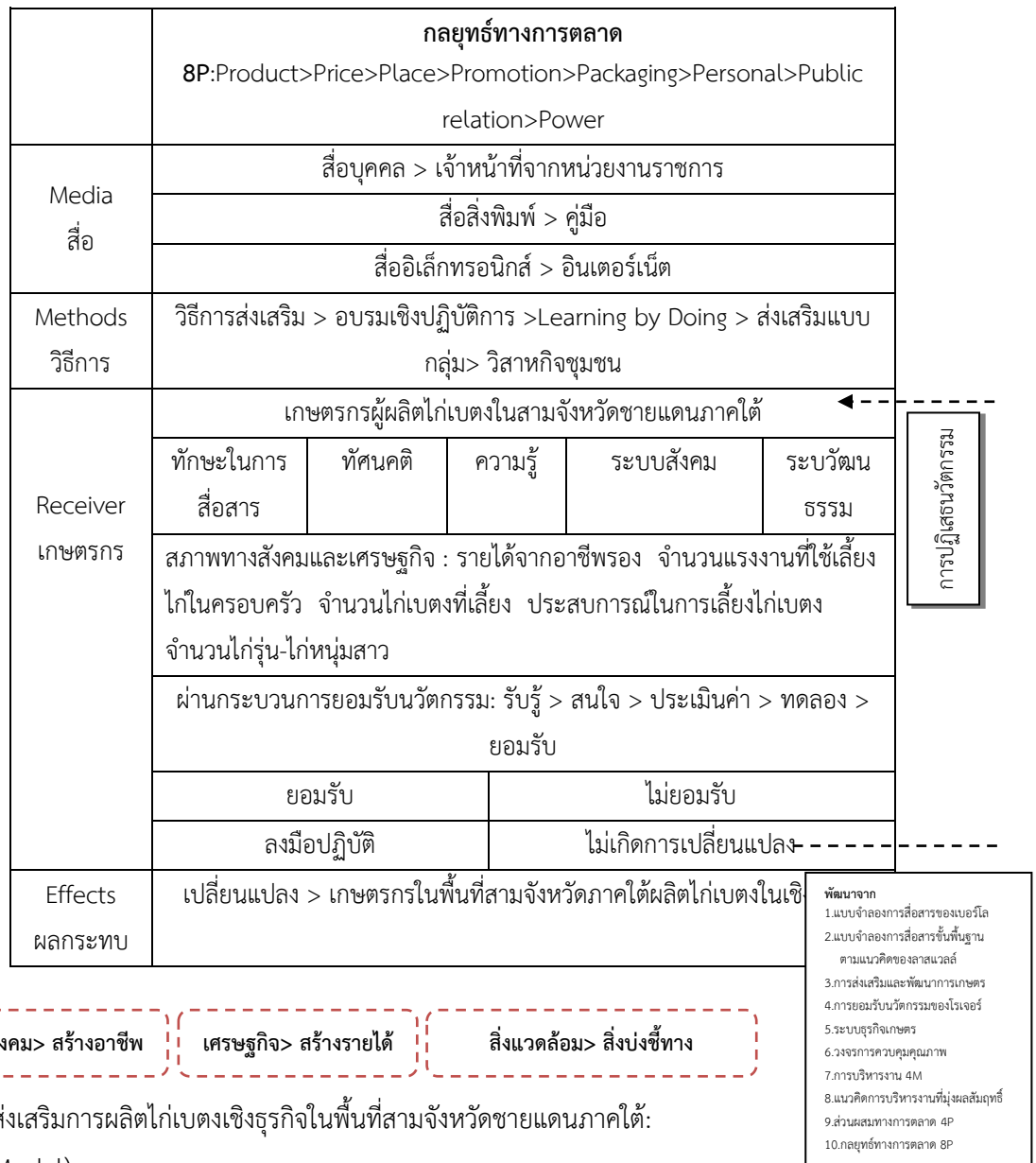
1.8 การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) เพื่อจัดกลุ่มปัจจัยใหม่จากระดับความรู้ของเกษตรกรในการกำหนดระบบการผลิตไก่เบตงเชิงธุรกิจ ด้วยวิธี Exploratory Factor Analysis โดยแยกองค์ประกอบของปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตไก่เบตงในเชิงธุรกิจและกำหนดชื่อเรียกปัจจัยใหม่พบว่า การนำผลการวิเคราะห์ปัจจัยมาวิเคราะห์และจัดกลุ่มตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กัน มีค่า Kaiser-Meyer-Olkin Measure (KMO) เท่ากับ 0.778 และผลการทดสอบ Bartlett's Test of Sphericity มีค่า P-value น้อยกว่า 0.05 และนำตัวแปรแต่ละตัวมาจัดกลุ่มและกำหนดชื่อเรียกปัจจัยใหม่ จากตัวแปรทั้งสิ้น 24 ตัวแปรสามารถจัดกลุ่มให้เหลือ 7 กลุ่ม จึงกำหนดระบบธุรกิจการผลิตไก่เบตงได้เป็น 7 ระบบย่อย คือ การจัดหาสินค้าปัจจัยการผลิต การผลิตสินค้า พุน การแปรรูป การจำหน่าย และการส่งออก

ขั้นตอนที่ 2 ศึกษากระบวนการผลิตไก่เบตงเชิงธุรกิจในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ สามารถสรุปได้ว่า ควรมีการส่งเสริมเกษตรกรเป็นกลุ่ม โดยหน่วยงานรัฐเป็นผู้ส่งเสริม (ราชการ) ด้วยวิธีการฝึกอบรมพร้อมกับการปฏิบัติ มีการสร้างคู่มือการเลี้ยงไก่เบตงเชิงธุรกิจ และเผยแพร่ในรูปแบบสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในอินเทอร์เน็ต โดยการกำหนดมาตรฐานการผลิตไก่เบตง คือ มาตรฐานการให้อาหารไก่เบตง และมาตรฐานการผลิตไก่เบตงคุณภาพ และเมื่อนำตัวแปรจากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และ 2 วิเคราะห์ร่วมกัน ทำให้สามารถสร้างโมเดลฉบับร่าง (Prototype) คือ CSMMMRE Model ประกอบด้วย แหล่งต้นสาร นักส่งเสริม สาร สื่อ วิธีการ เกษตรกร และผลกระทบจากการสื่อสาร เป็นโมเดลต้นแบบพัฒนาจากแบบจำลองการสื่อสารของเบอร์โล (Berlo, 1960) คือ Sender (Communication Source + Sender), Message, Channel (Media + Method) และ Receiver และแนวคิดการสื่อสารของเบอร์โลยังรวมถึงปฏิกิริยาย้อนกลับ (Feedback) ของผู้ส่งสารและผู้รับสาร นอกจากนี้แล้วยังพัฒนาร่วมกับแบบจำลองการสื่อสารขั้นพื้นฐาน ตามแนวคิดของลาสเวลล์ คือ ผลกระทบจากการสื่อสาร (Effects) และจากแนวคิดการส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร (Ray and David, 2000) และการยอมรับนวัตกรรมของโรเจอร์ (Rogers, 2003)

ขั้นตอนที่ 3 พัฒนาโมเดลการส่งเสริมการผลิตไก่เบตงเชิงธุรกิจในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ผู้ร่วมสนทนากลุ่มมีข้อเสนอแนะในหลายประเด็น ได้แก่ ปัญหาการผลิต การตลาด ส่วนผสมทางการตลาด (4P) กลยุทธ์ทางการตลาด (8P) การรวมกลุ่ม สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์และบทบาทของนักส่งเสริม คือ ต้องเป็นผู้ดำเนินการเปลี่ยนแปลง ได้แก่ ต้องเป็นนักกระตุ้น นักเร่งปฏิกิริยา นักจัดตั้งและสนับสนุนองค์กร และต้องเป็นผู้ถ่ายทอดและแนะนำแหล่งข้อมูล ประเด็นด้านเทคโนโลยี เช่น การใช้ตู้ฟักไข่ การผสมเทียม วิธีการเลี้ยงไก่ให้ได้คุณภาพและการแปรรูปเนื้อไก่ให้สามารถเก็บรักษาคุณภาพ และประเด็นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริม หน่วยงานหลักคือ หน่วยงานส่งเสริมการเกษตร เป็นคนกลางช่วยเหลือเกษตรกรประสานงานกับหน่วยงานอื่นๆ ได้แก่ (1) กรมปศุสัตว์ให้ความรู้เกี่ยวกับการเลี้ยงไก่ (2) สถาบันทางการศึกษาพัฒนางานวิจัยเพื่อแก้ปัญหาในการผลิต (3) สำนักงานพาณิชย์และหอการค้าพัฒนาการทำธุรกิจและการตลาด และ (4) สำนักงานประชาสัมพันธ์พัฒนาการประชาสัมพันธ์ผลผลิตและผลิตภัณฑ์แปรรูป และเพื่อขับเคลื่อนการส่งเสริมให้เกษตรกรผลิตไก่เบตงเชิงธุรกิจ จำเป็นต้องเพิ่มเติมแนวคิดการบริหารที่มุ่งผลสัมฤทธิ์ (RBM) ซึ่งมีองค์ประกอบ คือ วัตถุประสงค์ ปัจจัยนำเข้า กระบวนการ ผลผลิตและผลลัพธ์ วงจรการควบคุมคุณภาพ (PDCA) การบริหารงาน

4M จากการนำตัวแปรข้างต้นและเพิ่มเติมแนวคิดและทฤษฎีต่างๆ เข้าในโมเดลทำให้ได้โมเดลฉบับสมบูรณ์ (ภาพที่ 2) และสามารถอธิบายโมเดลได้ดังนี้





ภาพที่ 2 โมเดลการส่งเสริมการผลิตไก่เบตงเชิงธุรกิจในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้:
ฉบับสมบูรณ์ (Final Model)

1. **วัตถุประสงค์ (Objective)** ของโมเดล เพื่อให้เกษตรกรมีแนวทางในการประกอบอาชีพ มีอาชีพที่มั่นคง ทำให้มีรายได้เพิ่มขึ้นจากการผลิตไก่เบตง เพิ่มความมั่นคงในชีวิตและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น
2. **ปัจจัยนำเข้า (Input)** เป็นการนำเข้าทรัพยากรเพื่อการดำเนินการส่งเสริมการผลิตไก่เบตงเชิงธุรกิจในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ โดยอาศัยแนวคิดการบริหารงาน 4M ประกอบด้วย
 - 2.1 **คน (Man)** เป็นผู้ดำเนินการจัดการทำให้เกิดกิจกรรมการส่งเสริมการผลิตไก่เบตงเชิงธุรกิจในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ เพื่อให้เกษตรกรประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ
 - 2.2 **เงิน (Money)** เป็นปัจจัยในการดำเนินการส่งเสริมการผลิตไก่เบตงเชิงธุรกิจ
 - 2.3 **วัสดุหรือวัตถุดิบ (Material)** ซึ่งใช้ในการส่งเสริมการผลิตไก่เบตงในเชิงธุรกิจ

2.4 วิธีปฏิบัติงาน (Method) เป็นการทำงานในแต่ละขั้นตอนของการส่งเสริมการผลิตไก่เบตงเชิงธุรกิจ ซึ่งควรมีการวางแผนและควบคุมให้การทำงานนั้นมีประสิทธิภาพ

3. กระบวนการ (Process) กระบวนการสื่อสารในการส่งเสริมการผลิตไก่เบตงเชิงธุรกิจในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ มี 7 องค์ประกอบ ได้แก่ แหล่งต้นสาร นักส่งเสริม สาร สื่อ วิธีการ ผู้รับสาร และผลกระทบ เรียกว่า กระบวนการ CSMMMRE Model โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.1 แหล่งต้นสาร (Communication source) คือ องค์กรหรือหน่วยงานราชการที่สำคัญในการขับเคลื่อนระบบ ซึ่งถือว่าเป็นต้นแหล่งสารในที่นี้ คือ หน่วยงานจากกรมปศุสัตว์

3.2 นักส่งเสริม (Sender) คือ เจ้าหน้าที่จากกรมปศุสัตว์ เช่น จากปศุสัตว์อำเภอ ปศุสัตว์จังหวัด และศูนย์วิจัยและบำรุงพันธุ์สัตว์ เป็นต้น ซึ่งต้องมีทักษะในการสื่อสาร ทักษะการคิด ความรู้ ระบบสังคม และระบบวัฒนธรรม ที่สอดคล้องกับผู้รับสารและจะต้องเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง คือ ต้องเป็นนักกระตุ้น นักเร่งปฏิกิริยา นักจัดตั้ง/สนับสนุนองค์กร และต้องเป็นนักถ่ายทอดและบอกแหล่งข้อมูล

3.3 สาร (Message) คือ ความรู้ที่มีผลต่อการผลิตในระบบธุรกิจการผลิตไก่เบตงในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ใน 7 ระบบย่อย ประกอบด้วยความรู้ที่จำเป็นในการผลิต ดังนี้

- 1) *การจัดหาสินค้า* ได้แก่ ความรู้ด้านการดูแลรักษาและการคัดเลือกพันธุ์
- 2) *ปัจจัยการผลิต* ได้แก่ การป้องกันและรักษาโรค การบันทึกข้อมูล การปรับปรุงพันธุ์และการผสมพันธุ์ และมาตรฐานฟาร์ม
- 3) *การผลิตสินค้า* ได้แก่ การขุนไก่เบตงก่อนจำหน่าย อาหารและการให้อาหาร การจัดการไก่เบตงรุ่น-หนุ่มสาว มาตรฐานการให้อาหารไก่เบตง มาตรฐานการผลิตไก่เบตงคุณภาพ การเลี้ยงแบบแยกเพศ และการใช้ตู้ฟักไข่

(1) *มาตรฐานการให้อาหารไก่เบตง* อาหารที่นำมาใช้เลี้ยงไก่เบตงไว้เพื่อขุนจำหน่าย แบ่งการให้อาหารออกเป็น 2 ระยะ คือ ระยะที่ 1 ช่วงไก่เบตงอายุ 0-3 สัปดาห์ ให้กินอาหารไก่เนื้อทางการค้าที่มีระดับโปรตีน ไม่ต่ำกว่า 21 เปอร์เซ็นต์ และระยะที่ 2 ช่วงไก่เบตงอายุมากกว่า 3 สัปดาห์ถึง 20 สัปดาห์ ให้กินอาหารที่หาได้ตามท้องถิ่น และอาหารธรรมชาติ และต้มปลายข้าว รำ และหอยกด้วยกัน ให้กินวันละ 2 มื้อ และอาหารที่ใช้เลี้ยงไก่เบตงพ่อ-แม่พันธุ์ ในกลุ่มนี้จะใช้สูตรอาหารที่เลี้ยงเช่นเดียวกับการเลี้ยงไก่ไข่ โดยใช้อาหารไก่ไข่ตามสูตรอายุ คือ ระยะไก่เล็ก ระยะไกรุ่น และระยะไข่ และช่วงไก่เบตงอายุ 0-3 สัปดาห์ ให้กินอาหารไก่เนื้อทางการค้าที่มีระดับโปรตีน ไม่ต่ำกว่า 21 เปอร์เซ็นต์

(2) *มาตรฐานการผลิตไก่เบตงคุณภาพ* สามารถกำหนด เป็นกรอบกว้างๆ ได้ ดังนี้ ไก่ขุนเพศผู้ ต้องมีน้ำหนักตัวมีชีวิตระหว่าง 2.5-3.5 กิโลกรัม/ตัว อ้วน หน้าอกเต็ม เรียบ สุขภาพดี แข็งแรง ตรงตามลักษณะสายพันธุ์ การออกของขน ขนต้องงอกเต็ม ไม่มีขนหลุด และผิวหนังต้องไม่มีรอยขีดข่วน ไก่ขุนเพศเมีย ต้องมีน้ำหนักตัวมีชีวิตระหว่าง 1.8-2.5 กิโลกรัม/ตัว อ้วน หน้าอกเต็ม เรียบ สุขภาพดี แข็งแรง ตรงตามลักษณะสายพันธุ์ การออกของขน ขนต้องงอกเต็ม ไม่มีขนหลุด และผิวหนังต้องไม่มีรอยขีดข่วน

(3) การเลี้ยงแบบแยกเพศ เริ่มในช่วงอายุมากกว่า 3 สัปดาห์ โดยแบ่งไก่ออกเป็น 2 กลุ่มตามขนาด คือ กลุ่มที่มีขนาดใหญ่และกลุ่มที่มีขนาดเล็ก แต่ระยะแรกนี้เน้นแยกตามขนาด ซึ่งบางครั้งอาจมีการคละเพศ เนื่องจากการแยกเพศในช่วงอายุ 3 สัปดาห์ ทำได้ยาก การแยกเพศช่วงที่สอง จะแยกตอนอายุ 2 เดือนขึ้นไป ซึ่งเป็นช่วงที่สามารถแยกเพศได้ง่าย เพื่อช่วยให้ไก่มีการเติบโตสม่ำเสมอทั้งฝูง

(4) การใช้ตู้ฟักไข่ ในกรณีที่มีการผลิตลูกไก่เบตงเชิงธุรกิจ จะต้องมีการใช้ตู้ฟักไข่เข้าช่วย เนื่องจากไก่เบตงมีพฤติกรรมการฟักไข่น้อยและอาจเกิดปัญหาแย่งรังกัน ซึ่งทำให้ผลิตลูกไก่ได้น้อย

4) ทุน ได้แก่ การขอสินเชื่อเพื่อการลงทุน และการจัดการโรงเรือนและอุปกรณ์

5) การแปรรูป ได้แก่ การฆ่าและการชำแหละ และความรู้เกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์

6) การจำหน่าย ได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับการจำหน่าย ส่วนผสมทางการตลาด (4P: Product>Price>Place>Promotion) และกลยุทธ์ทางการตลาด 8P คือ Product, Price, Place, Promotion, Packaging, Personal, Public relation, Power

7) การส่งออก ได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับการส่งออก เช่น โอกาส และปัจจัยที่ส่งผล

3.4 สื่อ (Media) คือ ช่องทางสำหรับการส่งเสริมการผลิตไก่เบตงเชิงธุรกิจในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ โดยผ่านสื่อบุคคล (เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานราชการ) สื่อสิ่งพิมพ์ (คู่มือ) และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (อินเทอร์เน็ต)

3.5 วิธีการ (Methods) คือ วิธีการส่งเสริมการผลิตไก่เบตงเชิงธุรกิจในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ใช้วิธีการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ โดยการส่งเสริมแบบกลุ่มในรูปแบบของวิสาหกิจชุมชน

3.6 เกษตรกร (Receiver) คือ เกษตรกรผู้ผลิตไก่เบตงในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ซึ่งต้องมีสภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ เช่น รายได้จากอาชีพรอง จำนวนแรงงานที่ใช้เลี้ยงไก่ในครอบครัว จำนวนไก่เบตงที่เลี้ยง ประสบการณ์ในการเลี้ยงไก่เบตง จำนวนไกรุ่น-ไก่หนุ่มสาว อย่างเหมาะสม แต่ถ้าเป็นเกษตรกรรายใหม่ให้ใช้ระบบพี่เลี้ยง เพื่อให้เกิดการเพิ่มพูนประสบการณ์ และมีปฏิริยาย้อนกลับ (Feedback) ระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร เพื่อให้เกิดความเข้าใจในสารที่ตรงกัน และในขั้นตอนของการรับสารเป็นขั้นตอนที่ผู้รับสาร จะต้องผ่านกระบวนการยอมรับนวัตกรรม คือ รับรู้ สนใจ ประเมินค่า ทดลอง และยอมรับ ถ้ายอมรับนวัตกรรมและลงมือปฏิบัติจะส่งผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสู่เกษตรกรผู้ผลิตไก่ เบตงเชิงธุรกิจ แต่ถ้าหากปฏิเสธนวัตกรรมก็จะไม่เกิดการเปลี่ยนแปลง แต่จะมีปฏิริยาย้อนกลับไปยังผู้ส่งสาร เพื่อพิจารณาปรับปรุงระบบให้มีความเหมาะสมต่อกลุ่มที่ปฏิเสธนวัตกรรมให้หันมายอมรับนวัตกรรมได้

3.7 ผลกระทบ (Effects) คือ ผลกระทบจากการสื่อสารทำให้เกษตรกรในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้สามารถผลิตไก่เบตงในเชิงธุรกิจได้

ในขั้นตอนกระบวนการ (Process) จนกระทั่งได้ผลผลิต (Outputs) ต้องใช้วงจรการควบคุมคุณภาพ (Deming Cycle) เข้ามาช่วยในการควบคุมการดำเนินงาน คือ การวางแผน (Planning) การปฏิบัติตามแผน (Do) การตรวจสอบการปฏิบัติตามแผน (Check) และการปรับปรุงแก้ไขตามแผน (Action)

4. ผลผลิต (Outputs) คือ ทำให้เกษตรกรในพื้นที่สามจังหวัดภาคใต้ผลิตไก่เบตงในเชิงธุรกิจ

5. ผลลัพธ์ (Outcomes) คือ ทำให้เกิดความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน ในการส่งเสริมการผลิตไก่เบตงเชิงธุรกิจในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของเกษตรกรใน 3 ด้าน คือ สังคม (ทำให้เกิดการสร้างอาชีพ) เศรษฐกิจ (ทำให้เกิดรายได้) และสิ่งแวดล้อม (เกิดสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์)

ขั้นตอนที่ 4 ศึกษาความคิดเห็นของผู้ที่เกี่ยวข้องกับโมเดลส่งเสริมการผลิตไก่เบตงเชิงธุรกิจในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ผลการวิจัย พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ในทุกด้าน ซึ่งสามารถนำโมเดลไปใช้ส่งเสริมการผลิตไก่เบตงเชิงธุรกิจได้ ดังแสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ความคิดเห็นต่อโมเดลการส่งเสริมการผลิตไก่เบตงเชิงธุรกิจในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้

ประเด็น	ความเหมาะสม			ความเป็นได้ในการนำไปปฏิบัติ			ความสอดคล้องกับบริบท			การนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง		
	X	SD.	แปลผล	X	SD.	แปลผล	X	SD.	แปลผล	X	SD.	แปลผล
1. หลักการสร้างโมเดล	4.40	0.53	มากที่สุด	4.22	0.44	มากที่สุด	4.33	0.50	มากที่สุด	4.11	0.78	มาก
2. การเชื่อมโยงของโมเดล	4.67	0.50	มากที่สุด	4.22	0.44	มากที่สุด	4.33	0.50	มากที่สุด	4.42	0.44	มากที่สุด
3. องค์ประกอบโมเดล	4.73	0.17	มากที่สุด	4.36	0.31	มากที่สุด	4.47	0.31	มากที่สุด	4.22	0.24	มากที่สุด
3.1 วัตถุประสงค์ (Object)	4.89	0.33	มากที่สุด	4.56	0.53	มากที่สุด	4.67	0.50	มากที่สุด	4.22	0.44	มากที่สุด
3.2 ปัจจัยนำเข้า (Input)	4.89	0.33	มากที่สุด	4.22	0.44	มากที่สุด	4.33	0.50	มากที่สุด	4.33	0.50	มากที่สุด
3.3 กระบวนการ (Process)	4.78	0.44	มากที่สุด	4.78	0.44	มากที่สุด	4.89	0.33	มากที่สุด	4.56	0.53	มากที่สุด
3.4 ผลผลิต (Output)	4.56	0.53	มากที่สุด	4.22	0.44	มากที่สุด	4.33	0.50	มากที่สุด	4.00	0.71	มาก
3.5 ผลลัพธ์ (Outcome)	4.56	0.53	มากที่สุด	4.00	0.71	มาก	4.11	0.78	มาก	4.00	0.71	มาก
4. การอธิบายโมเดล	4.33	0.50	มากที่สุด	4.22	0.44	มากที่สุด	4.33	0.50	มากที่สุด	4.22	0.44	มากที่สุด
5. ภาพรวมของโมเดล	4.89	0.33	มากที่สุด	4.22	0.44	มากที่สุด	4.56	0.53	มากที่สุด	4.22	0.44	มากที่สุด

อภิปรายผล จากผลการวิจัย พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เบตงในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้มีการพึ่งพาหน่วยงานของรัฐเป็นหลัก โดยเฉพาะหน่วยงานด้านปศุสัตว์เป็นหน่วยงานที่เกษตรกรเสนอแนะให้เข้ามาช่วยเหลือมากที่สุด สอดคล้องกับการรายงานของ สุรัตน์ชัย เตียนนิล และคณะ (2549) ศึกษาความต้องการช่วยเหลือในการเลี้ยงไก่พื้นเมืองของเกษตรกรหมู่บ้านบริเวณศูนย์ศึกษาการพัฒนาเขาหินซ้อนอันเนื่องมาจากพระราชดำริจังหวัด ฉะเชิงเทรา พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ต้องการให้หน่วยงานของรัฐเข้ามาช่วยเหลือเช่นกัน เจ้าหน้าที่จากกรมปศุสัตว์ เช่น จากปศุสัตว์อำเภอ ปศุสัตว์จังหวัด และศูนย์วิจัยและบำรุงพันธุ์สัตว์ จะต้องทำหน้าที่เป็นนักส่งเสริม ซึ่งต้องมีทักษะในการสื่อสาร ทักษะคนตี ความรู้ ระบบสังคม และระบบวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับผู้รับสาร และจะต้องเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง คือ ต้องเป็นนักกระตุ้น นักแรงปฏิกิริยา นักจัดตั้ง/สนับสนุนองค์กร และต้องเป็นนักถ่ายทอดและบอกแหล่งข้อมูล ตามแนวคิดการส่งเสริมการเกษตรของ ดิเรก ฤกษ์ห่วย (2556: 3)

ในการผลิตไก่เบตงเชิงธุรกิจ สามารถแบ่งการดำเนินงานของธุรกิจออกเป็น 7 ระบบย่อย ซึ่งมีความแตกต่างกับการรายงานของ James *et. al.* (2014) กล่าวคือ ธุรกิจเกษตรมีการดำเนินงานทั้งหลายอยู่ 4 ระบบย่อย ในด้านที่เกี่ยวกับการผลิตและการจำหน่ายปัจจัยการผลิตสินค้าเกษตร กิจกรรมการผลิตในฟาร์ม การแปรรูปและการเก็บรักษา การจัดจำหน่ายสินค้าเกษตรและผลผลิตพลอยได้จากสินค้าเกษตร ซึ่งมีความแตกต่างกับการวิเคราะห์ระบบธุรกิจไก่เบตง ซึ่งมีการแยกประเด็นออกมาเพิ่มอีก 2 ประเด็น รวมทั้งสิ้นเป็น 7 ระบบ คือ การจัดหาสินค้า ปัจจัยการผลิต การผลิตสินค้า หุ่น การแปรรูป การจำหน่าย และการส่งออก

ความต้องการสื่อและวิธีการส่งเสริม พบว่า เกษตรกรผู้ผลิตไก่เบตงในสามจังหวัดชายแดนใต้มีความต้องการการส่งเสริมการผลิตไก่เบตงในเชิงธุรกิจจากสื่อบุคคลที่เป็นเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานราชการ ต้องการสิ่งพิมพ์ที่เป็นคู่มือ และต้องการสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นสื่อทางอินเทอร์เน็ต และมีความต้องการวิธีการส่งเสริมด้วยการอบรมเชิงปฏิบัติการ แตกต่างจากการศึกษาของ สุวิทย์ คุ่มครองสิทธิ์ และคณะ (2556) ได้ทำการศึกษาการเลี้ยงไก่พื้นเมืองของเกษตรกร หมู่ที่ 3 ตำบลวังตะเคียน อำเภอหนองมะโมง จังหวัดชัยนาท พบว่า เกษตรกรต้องการสื่อสิ่งพิมพ์ ประเภทวิธีดีและแผ่นพับมากที่สุดและต้องการสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทอินเทอร์เน็ตน้อยที่สุด และวิธีการส่งเสริมที่เกษตรกรต้องการมากที่สุด คือ การสาธิต การฝึกปฏิบัติ การทัศนศึกษา ส่วนการบรรยายเกษตรกรมีระดับความต้องการน้อย ซึ่งเกษตรกรผู้ผลิตไก่เบตงในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรที่มีความรู้สามารถพัฒนาได้ โดยการใช้คู่มือและสื่ออินเทอร์เน็ต

การส่งเสริมการผลิตไก่เบตงเชิงธุรกิจจำเป็นต้องอย่างยิ่งที่จะต้องเร่งส่งเสริมให้เกษตรกรมีความรู้มากขึ้น เพราะจากการศึกษาของ เเผด็จ ทุกข์สุญ และคณะ (2561) พบว่า ความรู้ทางการเกษตรมีอิทธิพลต่ออัตราการเพิ่มขึ้นของผลสัมฤทธิ์ทางการเกษตร และการพัฒนาเกษตรกรให้เป็นผู้ประกอบการธุรกิจ อาจใช้แนวทางการพัฒนาของ ทิบัติ ทัทพรณ์ และธีรวัฒน์ จันทิก (2561) กล่าวคือ ต้องพัฒนาเกษตรกรให้มีความรู้ก่อน และพัฒนาให้มีความเข้าใจ ขอบเรียนรู้ มีวิสัยทัศน์ สามารถประยุกต์ใช้ประสบการณ์ และวางแผนกลยุทธ์ได้ และปัญหาที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ เกษตรกรผู้ผลิตไก่เบตงส่วนใหญ่ไม่ได้เป็นสมาชิกของกลุ่ม จึงขาดอำนาจในการต่อรอง การลดต้นทุน การตลาด และปัญหาอื่นๆ ในการผลิต ซึ่งต้องช่วยให้เกิดการรวมกลุ่มของเกษตรกร เพื่อทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การลดต้นทุนการผลิต และการมีอำนาจต่อรอง และการรวมกลุ่มก็ถือเป็นความร่วมมือกันของเกษตรกร ซึ่งถือเป็นปัจจัยในการพัฒนาผู้ประกอบการ ร่วมกับปัจจัยการใช้เทคโนโลยี นวัตกรรม คู่แข่ง การเปลี่ยนแปลงของโลกและความต้องการของตลาด (ทิบัติ ทัทพรณ์ และธีรวัฒน์ จันทิก, 2561) และควรส่งเสริมระบบเครือข่ายในการผลิตไก่เบตง เพื่อระดมสรรพกำลังกัน โดยเริ่มต้นจากการแสวงจุดร่วม สงวนจุดต่าง เพื่อบรรลุตามข้อตกลงร่วม ที่ทุกฝ่ายมีเป้าหมายที่เกิดจากผลประโยชน์ร่วมกัน ในสถานการณ์ขณะนี้ ด้วยการทำงานเชิงรุกที่เน้นการรองรับการสนับสนุนส่วนใหญ่ในเรื่องของการตลาด (ดิเรก ฤกษ์ห่วย, 2556: 1-6)

ปัญหาที่สำคัญในการผลิตไก่เบตงในเชิงธุรกิจในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ คือ ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย โดยอาจใช้การสื่อสารการตลาดระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค เพื่อเป็นแนวทางในการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย ซึ่งอาจใช้การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การตลาดแบบบอกต่อ และการสื่อสารโดยใช้พนักงาน มาใช้ในการแก้ปัญหา (ศิริ ศรียธิน, 2561)

ความเป็นไปได้ในการนำโมเดลการส่งเสริมการผลิตไก่เบตงเชิงธุรกิจในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ มาใช้ในการส่งเสริมและพัฒนาการผลิตไก่เบตงในเชิงธุรกิจ พบว่า ปัจจัยที่มีผลคือ รายได้จากอาชีพรอง ซึ่งจากการศึกษา พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่เลี้ยงไก่เบตงเป็นอาชีพรอง มีรายได้จากไก่เบตงเฉลี่ย 7,503.90 บาท/เดือน จะเห็นได้ว่ารายได้รวมของเกษตรกรผู้ผลิตไก่เบตง เท่ากับ 25,183 บาท/เดือน ซึ่งสูงกว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่อครัวเรือนในปี 2560 ในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2561) และอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผล คือ ประสบการณ์ในการเลี้ยงไก่เบตง ซึ่งการพัฒนาเกษตรกรรายใหม่ให้ประสบความสำเร็จได้นั้นอาจต้องใช้ระบบพี่เลี้ยง โดยพี่เลี้ยงที่เป็นเกษตรกรที่มีประสบการณ์สูงจะทำหน้าที่ในการให้คำปรึกษา แนะนำ สอนงาน และสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพในการทำงานให้กับเกษตรกรที่อ่อนประสบการณ์ ทำให้เกษตรกรรายใหม่สามารถผลิตไก่เบตงในเชิงธุรกิจได้ ดังนั้นหน่วยงานของรัฐควรส่งเสริมให้เกษตรกรในพื้นที่ผลิตไก่เบตงเชิงธุรกิจเพื่อสร้างอาชีพและรายได้ให้กับเกษตรกร

ข้อเสนอแนะ

1. **ระดับนโยบาย** ภาครัฐควรส่งเสริมการพัฒนาแหล่งเรียนรู้และสร้างองค์ความรู้จากแหล่งเรียนรู้ดังกล่าว โดยถ่ายทอดความรู้ผ่านคู่มือและอินเทอร์เน็ต หรือใช้วิธีการอบรมเชิงปฏิบัติการ พร้อมกับการพัฒนานักส่งเสริมการเกษตร ซึ่งสามารถประสานงานกับหน่วยงานอื่นๆ ได้ เช่น กรมปศุสัตว์ สถาบันทางการศึกษา สำนักงานพาณิชย์และหอการค้า และสำนักงานประชาสัมพันธ์ เพื่อช่วยเหลือให้เกษตรกรสามารถผลิตไก่เบตงเป็นธุรกิจได้
2. **ระดับปฏิบัติ** เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรต้องเข้าใจเกี่ยวกับทักษะในการสื่อสาร ทักษะคิด ความรู้ระบบสังคมและระบบวัฒนธรรม ของเกษตรกรในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ และควรใช้รูปแบบการส่งเสริมแบบกลุ่ม โดยการอบรมเชิงปฏิบัติการ และเน้นการบริหารงานของกลุ่มในรูปแบบของวิสาหกิจชุมชน

References

- Araksarot, S. (2017). tambon tanomāē rō mūbān kaibē tong mūāng tonbāēp. [Tano Maera Sub-district Betong chicken village, master city]. Public Relations Department News Public Relations Center, Internal Security Operations Command Region 4 Front, accessed on 20September2018,accessiblefromhttp://region6.prd.go.th/ewt_news.php?nid=15011&filename=index. Published on May 9, 2017.
- Berlo, D. K. (1960). *The process of communication*. New York, New York: Holt, Rinehart, & Winston.
- Bradfield, A. (1966). *Guide to extension training*. Rome: Food and Agricultural Organization.
- Cronbach, L. J. (1990). *Essentials of psychological testing* (5th ed.). New York : Harper Collins Publishers, 202-204.
- James, G. B., Kenneth, C. S. and Donald, D. O. (2014). *Principles of Agribusiness Management: Fifth Edition*. Waveland press. United stated of America.
- Khumkongsin, S., Khlitong, J., & Wongpichet, S. (2013). kāmliāng kai phūnmūāng khōng kasētrakōn mū thī sām tambon wang takhīān ‘amphōē nōng ma mōng chāngwat chai nāt. [Native Chicken Husbandry by Farmer in Village Number 3, Wang Takian Sub-District, Chai Nat Province]. Meeting documents Offer graduate research Sukhothai Thammathirat Open University, 3rd - 4th September 2013, Sukhothai Thammathirat Open University.
- Manager online. (2009). samnakngān songsoēm wisāhakitkhanāt klāng lāe khanāt yōm nun liāng kai bētong wang phōēm rāidai sām chāngwat chāidāēn tai. [Office of Small and Medium Enterprises Promotion promotes Betong chicken raising hopes to increase income in the three southern border provinces]. Accessed on 15 December 2015, accessible from <http://www2.manager.co.th/Dhamma/ViewNews.aspx?NewsID=9520000056383>. Published on 20 May 2009.
- National Statistical Office. (2018). sathiti rāidai lāe rāichāi khōng khruārūān. [Household income and expenditure statistics]. Accessed on 2 August 2018, accessible from <http://statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/th/08.aspx>.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. (pp. 11-15). The Free Press. New York.
- Ray, I. and David, R. (2000). *Agricultural Extension and Rural Development: Breaking Out of Knowledge*. Cambridge university press.

- Rerkrai, D. (2013). *kān wikhroṇ nāēonōm thitthāṅg kānphatthana lāe songsoēm kān kaset Thai nai chuāṅ sōṅphanharōṇhāsipchēt - hoksip* et. [Trend analysis Development direction And promote Thai agriculture during 2014-2018.]. Lecture documents for doctoral students on 12 January 2014. Advanced Seminar Course on Agricultural Extension and Development Department of Agriculture and Cooperatives Sukhothai Thammathirat Open University, 3-4.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). New York: Free Press.
- Srisa-ard, B. (1998). *withikān thāṅg sathiti samrap kānwichai lem thī nung* (Phim khrang thī 2). [Statistical methods for research, Volume 1 (2nd edition)]. Bangkok; Suviriyasas.
- Sriyothin, S. (2018). *khruāṅmū kānsūsān kāntalāt phūā sāṅ brāēn 'ongkōṇ*. [The Essential Marketing Communication Tools to Build Corporate Brand]. Veridian E-Journal, Thai version, Humanities, Social Sciences and Arts. Year 11, Issue 1, January - April 2018, Page 2,240-2,263.
- Tanhakorn, T., & Chantuk, T. (2018). *patchai sū khwāmsamret khōṅg phūprakōpkān choēṅ sāṅsan nai yuk sēthakit sāṅsan*. [Success Factors for Creative Entrepreneurs in the Creative Economy]. Veridian E-Journal, Thai version, Humanities, Social Sciences and Arts. Year 11, Issue 1, January-April 2018, Page 396-410.
- Tiangnin, S., Daychasasawat, A., Sophakul, A., Ngoiphala, N., & Sukprasert, C. (2006). *kānsuksā saphāp kānliāṅ kai phūnmūāṅ khōṅg kasētrakōṇ mūbān bōṛiwan sūn suksā kānphatthana khaoḥinsōṇ'annuāṅ māchāk phra rāt*. [The study of the condition of the native chickens of the farmer of Acropolis Village Development Study Center Khao Hin Son, due to royal royal]. Journal of the Animal Health and Hygiene Department, 2, 4 (7), (January 2006), 80 - 105.
- Tooksoon, P., Khamthong. J., & Kanthaboon, P. (2018). *sūanphasom thāṅgkān talāt lāe kānchatkān lōchittik khōṅg phāk kān kaset nai khēt phatthana phisēt Tāk*. [The Marketing Mix and Logistics Management of Agricultural Sector in Tak Special Economic Development Zone]. Veridian E-Journal, Thai version, Humanities, Social Sciences and Arts. Year 11, Issue 1, January-April 2018, Page 1,271-1,292.

