

## เครือข่ายไก่ชนเชิงธุรกิจ: กรณีศึกษาฟาร์มไก่ชนในอำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์

### Business cockfighting network: Case study of cockfighting farms in Yang Talat district Kalasin province

ไวทยา ภูตินผา<sup>1\*</sup> ไกรเลิศ ทวีกุล<sup>1</sup> และ ยศ บริสุทธิ์<sup>1</sup>

Waitaya Phooteenpha<sup>1\*</sup>, Krailert Taweekul<sup>1</sup> and Yos Borisutdhi<sup>1</sup>

#### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) เพื่อศึกษาเครือข่ายธุรกิจผู้เลี้ยงไก่ชนเชิงธุรกิจ ในอำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์ 2) เพื่อศึกษาการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้เลี้ยงไก่ชนเชิงธุรกิจ ในอำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ฟาร์มขนาดใหญ่ที่มีจำนวนประชากรไก่มากกว่า 300 ตัว 1 ฟาร์ม เครือข่ายด้านอาหาร 2 คน เครือข่ายด้านเวชภัณฑ์ 2 คน เครือข่ายด้านลูกค้าหรือกลุ่มผู้เลี้ยงไก่ชน 5 คน เครือข่ายด้านผู้ให้ความรู้ในการเลี้ยงไก่ชน (ปราชญ์หรือเซียนไก่ชน) 1 คน เครือข่ายด้านสนามชนไก่ 4 คน รวม 15 คน เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามแบบสัมภาษณ์ วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) อธิบายความเป็นเหตุเป็นผลความสัมพันธ์เชื่อมโยง และประมวลผลสังเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก ผลการศึกษาพบว่า เครือข่ายผู้เลี้ยงไก่ชน มี 5 เครือข่าย ปัจจัยที่ทำให้เครือข่ายเข้มแข็ง คือสถานะของสมาชิกในเครือข่ายมีความเท่าเทียมกันเป็นความสัมพันธ์ในแนวนอน (horizontal relationship) คือความสัมพันธ์ฉันท์เพื่อน มากกว่าความสัมพันธ์ในแนวตั้ง (vertical relationship) ในลักษณะเจ้านายลูกน้อง การสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้เลี้ยงไก่ชนเชิงธุรกิจ พบว่าการนำแม่พันธุ์ไปฝากผสมกับพ่อพันธุ์ฟาร์มอื่น เพื่อนำเอาลูกไก่ที่ได้มาจำหน่ายอายุ 3 เดือนอยู่ที่ตัวละ 2,000 – 3,000 บาท ผลตอบแทนในการเลี้ยงลูกไก่ชนสามารถมีรายได้ที่ดีกว่าการเลี้ยงไก่ชนในแต่ละรุ่น เนื่องจากมีระยะเวลาการดูแลสามารถสร้างผลผลิตได้ 3 รุ่นต่อ 1 ปี ดังนั้นจึงเป็นที่นิยมของกลุ่มผู้เลี้ยงไก่ชนเชิงพาณิชย์เพราะสามารถให้ผลตอบแทนเร็ว

คำสำคัญ: ไก่ชน การจัดการ การเพิ่มมูลค่า เครือข่าย

Received: 29 May 2024; Accepted: 6 August 2024

<sup>1</sup> สาขาวิชาการส่งเสริมและพัฒนากิจการเกษตร คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น จ.ขอนแก่น 40002

<sup>1</sup> Agricultural Extension and Development, Faculty of Agriculture, Khon Kaen University. 40004

\* Corresponding author: [q.waitaya@gmail.com](mailto:q.waitaya@gmail.com)

## Abstract

This research aimed to (1) study Cockfighting business network in Yang Talat District Kalasin Province. (2) build up the added value of business cockfighting farmers in Yang Talat District Kalasin Province. This research was qualitative research with the target group being a large farm with a population of more than 300 breeders, a food network of 2 people, a medical supply network of 2 people, a customer network or a group of cockfighting farmers of 5 people, network of knowledge providers in raising cockfighting (Sage or cockfighting expert) 1 person, Cockfighting arena network 4 people, a total of 15 people. Data were collected using interview questionnaires. data were analyzed using descriptive statistics, explaining causality, relationships, and processing and synthesizing data obtained from in-depth interviews. The results of the study found that there are 5 networks of fighting cock farmers. The factor that made the network strong was that the status of the members in the network was equal as in a horizontal relationship, a relationship of friends rather than a in the form of bosses and subordinates which is a vertical relationship. In creating added value for cockfighting business, it was found that bringing mother breeders to breed with other farm breeders to sell the chicks at 3 months of age was at 2,000 - 3,000 baht each. The return on raising fighting chickens can have a better income than raising cockfighting for the whole lifetime generation due to the short care period and the production of 3 generations per year. Therefore, raising chickens was popular among commercial cockfighting farmers because it can give quicker returns.

**Keywords:** Cockfighting, Management, Value addition, Network

### บทนำ

ไก่ชน หรือไก่พื้นเมืองมีต้นกำเนิดมาจากไก่ป่า ในแถบทวีปเอเชีย โดยเฉพาะในแถบประเทศเอเชีย ตะวันออกเฉียงใต้ เช่น ไทย มาเลเซีย และจีนตอนใต้ ซึ่ง มนุษย์ได้นำมาเป็นสัตว์เลี้ยง จนเป็นไก่พื้นเมือง สืบทอดมาให้มนุษย์ได้ใช้ประโยชน์ถึงทุกวันนี้ ปี 2564 ประเทศไทยมีเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่พื้นเมืองทั้งหมดจำนวน 2,720,316 ราย มีไก่จำนวน 109 ล้านตัว ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี 2563 ที่มีเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่พื้นเมืองจำนวน 2,678,141 ราย มีไก่จำนวน 94 ล้านตัว (กรมปศุสัตว์, 2564) ใน

ปัจจุบันความตื่นตัวในการเลี้ยงไก่ชนนั้นมีมาก และมูลค่า เศรษฐกิจของธุรกิจไก่ชนนั้นมีมูลค่าที่สูง ความต้องการ ไก่ชนนั้นแบ่งแยกออกได้เป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่นิยมเลี้ยง เพื่อเกมกีฬาชนไก่ กับกลุ่มที่นิยมกินเนื้อที่เรียกกันว่าไก่ บ้านหรือไก่พื้นเมือง แม้วาราคาไก่ชนยังอยู่ในเกณฑ์สูงเมื่อ เปรียบเทียบกับไก่เนื้อทั่วไป จึงมีผลต่อการผลิตไก่ชน ปัจจุบันเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ชนเป็นทั้งอาชีพเสริมและอาชีพ หลักสามารถทำรายได้อยู่ในเกณฑ์ดี จึงถือได้ว่าไก่ชนเป็น สัตว์เศรษฐกิจที่ใช้ต้นทุนการผลิตอยู่ในเกณฑ์ต่ำ ทำให้ใน ปัจจุบันไก่ชนกลายเป็นสัตว์เศรษฐกิจที่น่าจับตามอง

ภาคอีสานเป็นภาคหนึ่งของประเทศไทยที่มีผู้นิยมเลี้ยงไก่ชนและมีประวัติความเป็นมาในการเล่นกีฬาไก่ชน มายาวนานเห็นได้จากหลักฐานจิตรกรรมฝาผนังของวัดพระธาตุที่ตั้งอยู่ตำบลตะคุ อำเภอบึงโขงพยุง จังหวัดนครราชสีมา และมีตำนานไก่ชนของคนอีสานที่เล่าขานสืบต่อกันมาว่าลักษณะไก่ชนที่ดี ต้องมีสปีชีดาสี่ตัว เป็นลักษณะของการดูได้จากภายนอกในการที่จะดูว่าไก่ตัวนั้นจะเก่งหรือไม่ จากจากข้อมูลดังกล่าวทำให้เห็นความรู้ของคนอีสานกับการที่เลี้ยงไก่ชนมายาวนาน มีการทดลองปฏิบัติจริง และมีการสรุปประสบการณ์และผ่านกระบวนการพิสูจน์มาแล้วหลายชั่วอายุคน จนกลั่นกรองมาเป็นภูมิปัญญาอันมีคุณค่า (ธนศรี, 2544) ปัจจุบันการเลี้ยงไก่ชนแม้ว่ามีความแพร่หลายมาก แต่ไก่ชนที่มีคุณภาพ ที่มีความเก่ง ฉลาด คล่องแคล่ว กล้ามเนื้อที่แข็งแรง และจิตใจที่เหนียวแน่นยังหาได้ไม่มากนัก การพัฒนาไก่ชนจึงเป็นงานท้าทายสำหรับการเลี้ยงไก่ชนในเชิงพาณิชย์ (ไก่ชนออนไลน์, 2561)

จังหวัดกาฬสินธุ์เป็นจังหวัดหนึ่งที่นิยมเลี้ยงไก่ชนเป็นเกมส์กีฬาเพื่อประลองความเก่งของสายพันธุ์กันอย่างแพร่หลายและ ในปัจจุบันจังหวัดกาฬสินธุ์มีการเลี้ยงแบบอนุรักษ์สายพันธุ์ และพัฒนาสายพันธุ์ไก่ชนเพื่อเกมส์กีฬาซึ่งสามารถเห็นได้จากการที่มีบ่อนไก่ชนมาตรฐานที่ถูกต้องตามหลักและมีการขอใบอนุญาตเล่นการพนัน จากนายอำเภอตามกฎกระทรวงที่ 17 พ.ศ. 2503 ซึ่งออกตาม พ.ร.บ. การพนันประเภท ชนิด กัดปลา และชนิดไก่ พ.ศ. 2478 และระเบียบกระทรวงมหาดไทย พ.ศ. 2525 (วิบูล, 2549) เช่น สนามไก่ชนท่างาม สนามไก่ชนหนองบัวโดน และสนามไก่ชนดงน้อย อีกทั้งในจังหวัดกาฬสินธุ์มีขุมหรือฟาร์มไก่ชนทั้งขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ ประมาณ 135 ขุม โดยส่วนมากเป็นขุมขนาดเล็กและขนาดกลาง

อำเภอยางตลาดเป็นอำเภอหนึ่งที่มีการเลี้ยงไก่ชนหรือไก่พื้นเมือง เป็นจำนวนมากมีทั้งเลี้ยงเพื่อเป็นกีฬาเลี้ยงในเชิงธุรกิจ และเลี้ยงเพื่อบริโภคแต่ในส่วนของการเลี้ยงไก่ชนเชิงธุรกิจในรูปแบบเครือข่ายยังไม่มีปรากฏอย่างชัดเจน จึงทำให้ผู้ศึกษาสนใจที่จะศึกษาผู้เลี้ยงไก่ชนเชิงธุรกิจในรูปแบบเครือข่าย และศึกษาการสร้างมูลค่าเพิ่มของไก่ชนในเชิงธุรกิจ เพื่อนำไปสู่แนวทางการ

ประยุกต์ใช้และต่อยอดให้เป็นระบบเพื่อเป็นประโยชน์ในเชิงธุรกิจเกษตรกรหรือผู้ประกอบการสามารถนำมาสร้างงาน สร้างรายได้ให้กับชุมชนและตนเองได้

### วิธีการศึกษา

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยมีกลุ่มเป้าหมายได้แก่ ฟาร์มขนาดใหญ่ที่เลี้ยงไก่ชนเชิงธุรกิจในอำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์ จำนวน 1 แห่ง และเครือข่ายของฟาร์มใหญ่ที่เลี้ยงไก่ชนเชิงธุรกิจ จำนวน 5 เครือข่าย รวมเป็น 15 ราย โดยผู้วิจัยได้ทำการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยใช้หลักเกณฑ์ในการคัดเลือกดังต่อไปนี้ เป็นฟาร์มที่มีการดำเนินธุรกิจอยู่ในปัจจุบัน และเครือข่ายด้านอาหาร เครือข่ายด้านเวชภัณฑ์ มีใบอนุญาตขายอาหารสัตว์ควบคุมเฉพาะ และใบอนุญาตขายยาแผนปัจจุบันเฉพาะยาบรรจสุเสร็จสำหรับสัตว์ และเครือข่ายที่รวมตัวกันตามแนวนอน (horizontal networks) หมายถึง การร่วมมือเป็นเครือข่ายของธุรกิจที่มีการดำเนินการในธุรกิจที่อยู่ในระดับเดียวกัน (วีระศักดิ์, 2550) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาเป็นแบบสัมภาษณ์ (Interview Schedule) โดยเจ้าของฟาร์มขนาดใหญ่ที่เลี้ยงไก่ชนเชิงธุรกิจและเครือข่ายผู้เลี้ยงไก่ชนเชิงธุรกิจ 15 ราย เป็นผู้ให้ข้อมูลวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) อธิบายความเป็นเหตุเป็นผลความสัมพันธ์เชื่อมโยง และประมวลผลสังเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกในประเด็นข้อคำถามที่วางไว้ เพื่อนำไปสู่การตอบวัตถุประสงค์และขอบเขตการศึกษา

### ผลการวิจัยและวิจารณ์

#### 1 การบริหารจัดการอย่างเป็นระบบของฟาร์มไก่ชน

จากการศึกษา พบว่าการจัดการฟาร์มของหนุ่มเกษตรกรฟาร์ม ที่อยู่ในอำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์ มีวิธีการจัดการอย่างเป็นระบบโดยที่มีการจัดการระยะเวลาในการดูแลส่วนต่าง ๆ ของไก่ชนในแต่ละรุ่น ซึ่งวิธีการแบบนี้ส่วนมากเป็นวิธีการของฟาร์มที่ขนาดใหญ่และได้

มาตรฐานเพื่อให้ง่ายต่อการดูแลไก่ชน เน้นความสะอาดของฟาร์มมาเป็นอันดับแรก เนื่องจากไก่ชนเป็นสัตว์ที่มีความตอบสนองต่อโรคระบาดได้อย่างรวดเร็ว หากเกิดโรคระบาดภายในฟาร์มแล้วทำให้เกิดการสูญเสียเป็นอย่างมาก และวิธีในการยับยั้งเชื้อโรคที่กรมปศุสัตว์ได้มีการแนะนำคือการทำลายไก่ชนหรือไก่ที่ติดเชื้อทั้งหมดและขุดหลุมฝังลึก 2 – 3 เมตร โรยด้วยปูนขาวแล้วนำดินฝังกลบให้มิดชิด ดังนั้นฟาร์มไก่ชนจึงต้องให้ความสำคัญกับความสะอาดภายในฟาร์มเป็นอย่างมาก ลำดับต่อมาคือการทำอาหารตรงต่อเวลาเป็นการทำให้ไก่ชนหรือลูกไก่ได้รู้เวลาในการกินอาหารหรือทำกิจกรรมอย่างอื่น เพราะหากกินอาหารที่มีคุณภาพและตรงเวลาที่กำหนดทำให้เป็นผลดีต่อการเจริญเติบโต ทำให้ไก่สุขภาพสมบูรณ์ แข็งแรง ทนต่อโรคต่าง ๆ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ วิเศษ (2543) ได้กล่าวว่า การให้อาหารต้องเพียงพอและเหมาะสมกับไก่ชนในแต่ละขนาดอายุ โดยแบ่งเป็นอาหารสำหรับลูกไก่ อาหาร สำหรับไก่รุ่น อาหารสำหรับไก่ชนที่โตแล้ว และอาหารก็เป็นเรื่องสำคัญอีกเช่นเดียวกันกับความสะอาดอาหาร เช่น ข้าวเปลือก ต้องมีการนำมาล้างน้ำ 2 – 3 ครั้ง ก่อนนำมาให้ไก่กินเพื่อล้างคายข้าวออกจากข้าวเปลือก เพราะจะเป็นอีกหนึ่งสาเหตุที่ทำให้เกิดโรคหลอดลมอักเสบ คอเป็นดอก ทำให้ไก่หายใจลำบาก ดังนั้นจุดเด่นหลักๆในการทำธุรกิจฟาร์มเกี่ยวกับปศุสัตว์ คือเรื่องของความสะอาดภายในฟาร์ม หรือโรงเรือนผสมอาหารต้องถูกหลักโภชนาการและการตรงต่อเวลา

### 1.1 การพิจารณาเลือกพันธุ์ไก่ชนที่ใช้เพาะเลี้ยง

จากการศึกษา พบว่าในการเลือกพิจารณาพันธุ์ไก่ชนที่ใช้เพาะเลี้ยง ได้มีการเลี้ยงตามความชอบส่วนตัวและความต้องการของตลาด ซึ่งสายพันธุ์ของทางฟาร์มที่เลือกนำมาเลี้ยงคือ ไก่ชนปากก้อย เป็นไก่ที่มีความว่องไวในการต่อสู้ มีความขยัน อดทนสูงในการต่อสู้และปากบอนมาก มีผิวหนังที่หนากระดุกใหญ่พัฒนาง่ายทางฟาร์มจึงเลือกนำมาพัฒนา และอีกหนึ่งสายพันธุ์ที่ฟาร์มได้นำมาพัฒนาคือ ไก่ไซ่งอนเวียดนาม มีจุดเด่นคือ มีจิตใจที่ดี หนักร่างใหญ่ เฮอร์แซงดีตีแรง เป็นไก่ชนที่หนักพัฒนาหรือผู้เลี้ยงไก่ชนในเชิงธุรกิจนิยมนำมาไขว้สายพันธุ์เพื่อให้เกิดความลงตัว เหมือนกันกับที่ของทางฟาร์มนำมาไขว้สายกันคือ ไก่ปากก้อย 75% ไก่ไซ่งอน 25% ซึ่งวิธีการเลี้ยง

ดูมีความแตกต่างกันออกไปในแต่ละฟาร์ม อายุแรกเกิด – 9 เดือนจะเลี้ยงแบบทั่ว ๆ ไปคือให้อาหารปล่อยให้อาศัยอยู่ตามธรรมชาติ ซึ่งไก่ชนตัวผู้จะจับมาเลี้ยงชนตอนอายุ 10 เดือนและตัวเมียสามารถเป็นแม่พันธุ์ได้ตอนอายุ 7 เดือน

### 1.2 แหล่งที่มาของพ่อพันธุ์และแม่พันธุ์ไก่ชน

จากการศึกษา พบว่าวิธีการที่ทางฟาร์มคัดเลือกพ่อพันธุ์และแม่พันธุ์ได้คัดเลือกตามความชอบซึ่ง พ่อพันธุ์ที่ใช้ในหนุ่มเกษตรกรฟาร์ม ชื้อมาจากฟาร์ม ก้อย งาม ปราณบุรี อยู่ที่ตำบลสามร้อยยอด อำเภอสามร้อยยอด จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และแม่พันธุ์ชื้อมาจาก ชุมไก่ชน พิทักษ์ภูธร อยู่ที่ อำเภอสองสามหมอก จังหวัดอุดรธานี ชุมต.สิงโต อยู่ที่ อำเภอนองพอก จังหวัดร้อยเอ็ด ชุม ที่เด็ด 99 อยู่ที่ กรุงเทพมหานคร ชุม ป.ลือชัย อำเภอลือ จังหวัดอำนาจเจริญ การคัดเลือกพ่อพันธุ์และแม่พันธุ์ที่ดีสามารถจำแนกได้ดังต่อไปนี้ พ่อพันธุ์ควรเป็นไก่ที่ผ่านการชนะการแข่งขันในสนามชนไก่มาแล้วเพื่อเป็นบททดสอบ ความเก่งจิตใจที่ดี มีความอดทน ซึ่งในสิ่งนี้จะส่งต่อไปยังรุ่นลูกรุ่นหลานได้ดี แม่พันธุ์สามารถคัดเลือกได้จากการที่มีคูเกิดหรือตัวผู้ในชุดเดียวกัน พ่อแม่ตัวเดียวกันที่ได้รับชัยชนะผ่านสนามชนไก่ เป็นการพิจารณาในการนำเอาไก่ตัวเมียมาทำเป็นแม่พันธุ์ในชั้นต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ปภัสสร และคณะ(2564) ได้กล่าวว่า การคัดเลือกพ่อพันธุ์และแม่พันธุ์ต้องคัดเลือกจากประวัติที่ดี เคยชนะชนมาก่อน มีชั้นเชิงดี ตีเมน ลักษณะแม่พันธุ์ที่ คัดเลือก คือ เป็นสีเดียวกันกับพ่อพันธุ์ ลำตัวสมส่วน เลี้ยงลูกเก่ง เป็นต้น

### 2 เครือข่ายผู้เลี้ยงไก่ชนในอำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์

จากการศึกษาเครือข่ายผู้เลี้ยงไก่ชน พบว่าธุรกิจไก่ชนในปัจจุบันมีเครือข่ายอยู่ 5 เครือข่ายใหญ่ๆ ได้แก่ 1) เครือข่ายด้านเวชภัณฑ์ ยารักษาโรค 2) เครือข่ายด้านอาหาร 3) เครือข่ายด้านลูกค้า (กลุ่มผู้เลี้ยงไก่ชน) 4) เครือข่ายด้านสนามไก่ชน 5) เครือข่ายด้านผู้ให้ความรู้การเลี้ยงไก่ชน (ปราชญ์) เป็นการทำงานร่วมกันของกลุ่มคนหรือองค์กรที่มีการรวมตัวกันเป็นกลุ่มและมีเป้าหมายหรือมีวัตถุประสงค์ร่วมกันเป็นไปในทิศทางเดียวกันมีการประสานงานร่วมกันในลักษณะพึ่งพาอาศัยทำให้เกิดการ

แลกเปลี่ยนความรู้ ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ร่วมกัน การเชื่อมโยงเครือข่ายจะมีการเชื่อมโยงระหว่างปัจเจกบุคคล กลุ่มคนและองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับ เพิ่มศักดิ์ (2545) กล่าวว่าความจำเป็นในการสร้างเครือข่ายคือ การที่ปัจเจกบุคคลหรือสถาบันมารวมกันเป็นกลุ่มและปัจจัยอีกข้อ คือ ความร่วมมือกันที่จะติดต่อสื่อสาร ความเต็มใจที่จะประสานงานกัน ข้อสำคัญสมาชิกต้องมีการยอมรับที่จะทำกิจกรรมร่วมกัน ฉะนั้นการรวมตัวกันเป็นเครือข่ายจะต้องอาศัยการรับรู้มุมมองในการทำงานร่วมกันการมีวิสัยทัศน์ร่วมกันมีการติดต่อประสานงานร่วมมือกัน ซึ่งสอดคล้องกับ นฤมล (2543) ที่กล่าวว่า การที่จะสร้างเครือข่ายจำเป็นต้องตระหนักถึงความจำเป็นในการสร้างเครือข่าย องค์กรที่จะเป็นเครือข่าย จะเกิดขึ้นเมื่อองค์กรมีความต้องการเหมือนกันและต้องการกระทำกิจกรรมตอบสนองความต้องการที่เหมือนกัน มีการตกลงที่จะทำงานร่วมกันทำกิจกรรมร่วมกัน มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ หรือการไปเสาะแสวงหาความรู้ร่วมกันมีการกำหนดบทบาทของสมาชิก เช่นเดียวกับ เกรียงศักดิ์ (2543) ได้กล่าวไว้ว่า การสร้างเครือข่ายจำเป็นต้องอาศัยองค์ประกอบที่สำคัญของเครือข่ายคือการรับรู้มุมมองร่วมกัน เพราะหากสมาชิกไม่มีความเข้าใจในการเข้าร่วมเป็นเครือข่ายจะมีผลทำให้การประสานงานและการขอความร่วมมือในการดำเนินการเป็นไปได้ยากลำบาก สมาชิกในเครือข่ายต้องทำกิจกรรมร่วมกันเพื่อให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกด้วยกัน

## 2.1 ความสัมพันธ์กับเครือข่ายผู้เลี้ยงไก่ชน

จากการศึกษา พบว่าความสัมพันธ์กับเครือข่ายผู้เลี้ยงไก่ชนในด้านต่างๆ มีความสัมพันธ์กันแบบเป็นห่วงโซ่อุปทาน (supply chain) เดียวกัน ซึ่งแต่ละเครือข่ายต้องพึ่งพาอาศัยกัน เครือข่ายด้านลูกค้าหรือกลุ่มผู้เลี้ยงไก่ชนเปรียบเสมือนเป็นจุดขับเคลื่อนเครือข่ายต่างๆ ให้สามารถอยู่ในวงจรของห่วงโซ่อุปทาน (supply chain) ได้ โดยที่เครือข่ายด้านลูกค้าหรือกลุ่มผู้เลี้ยงไก่ชนมีการไปซื้อไก่จากหนุ่มเกษตรกรฟาร์ม ซึ่งในการจำหน่ายไก่ชนฟาร์มสามารถจำแนกได้ดังต่อไปนี้ (1) ไช้ไก่ (2) ลูกไก่อายุ 2 – 3 เดือน (3) ไก่หนุ่ม – ไก่สาว อายุ 7 – 8 เดือน (4) ไก่พร้อมชน อายุ 9 – 10 เดือน (5) ไก่ชนชนะมีไฟห์ติดตัว (6) ไก่ที่แพ้ เป็นต้น เมื่อได้ไก่ชนมาแล้วลำดับต่อมาไก่ต้อง

มีการกินอาหาร ซึ่งอาหารได้มีการแนะนำจากทางฟาร์ม โดยที่แนะนำไปหาเครือข่ายด้านอาหารที่มีอยู่ 2 ร้านคือ (1) ร้านโชคชัย และ(2) ร้านธนวุฒิ เพราะใช้แล้วได้ผลดีจึงบอกปากต่อปากมีราคาที่เหมาะสม เมื่อมีอาหารแล้วต้องมาควบคุมกับยาเวชภัณฑ์ทางด้านเครือข่ายด้านลูกค้าหรือกลุ่มผู้เลี้ยงไก่ชนจะได้ความรู้และการแนะนำมาจากฟาร์ม เพราะไก่ชนบางรุ่นทางฟาร์มได้มีการทำวัคซีนให้แล้ว และมีการแนะนำเครือข่ายเวชภัณฑ์ให้กับลูกค้าผู้เลี้ยงไก่ชน ซึ่งมีอยู่ 2 ร้านคือ (1) ร้านนฤชิตยาสัตว์ (2) ร้านเบญจพร เป็นเครือข่ายที่สามารถอธิบายการใช้อย่างชัดเจนและตรงจุดเพราะการใช้จ่ายเวชภัณฑ์ที่เหมาะสมกับตัวไก่จะมีผลดีอย่างมาก หากใช้จ่ายไม่เหมาะสมกับตัวไก่จะเกิดผลข้างเคียงได้ ลำดับต่อมาสิ่งที่จะทำให้ไก่ชนของเกษตรกรเกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มคือ สนามชนไก่ ซึ่งเป็นที่รู้จักกันดีอยู่แล้วว่าในแต่ละพื้นที่ใกล้เคียงของลูกค้าหรือกลุ่มผู้เลี้ยงไก่ชนมีสนามชนไก่อยู่ ส่วนมากเครือข่ายสนามชนไก่ เดิมทีเป็นกลุ่มผู้เลี้ยงไก่ชนมาก่อนซึ่งรู้จักมักคุ้นกันอยู่แล้วกับกลุ่มผู้เลี้ยงไก่ชนในพื้นที่ต่างๆ ซึ่งเครือข่ายสนามชนไก่สามารถจำแนกออกได้ดังต่อไปนี้ (1) สนามบ้านท่างาม (2) สนามหนองไผ่ (3) สนามดงน้อย (4) สนามหนองบัวโดน ซึ่งในแต่ละสนามชนไก่ดังที่กล่าวมาข้างต้น เครือข่ายผู้เลี้ยงไก่ชนได้นำไก่ชนของตนไปใช้บริการกับเครือข่ายดังกล่าวอยู่เป็นประจำ และความรู้ต่างๆ ที่เครือข่ายผู้เลี้ยงไก่ชนที่ได้รับคือได้รับความรู้มาจากฟาร์ม ซึ่งทางฟาร์มก็ได้รับความรู้มาจากเครือข่ายผู้ให้ความรู้เกี่ยวกับไก่ชน (ปราชญ์) เป็นการถ่ายทอดจากผู้ที่มีความรู้ไปสู่ผู้เลี้ยง

## 2.2 การเชื่อมโยงของเครือข่ายผู้เลี้ยงไก่ชน

จากการศึกษา พบว่าเป็นการนำเอาบุคคลที่มีการทำธุรกิจหรือกิจการที่เหมือนกันหรือแตกต่างกันโดยที่มีจุดมุ่งหมายเดียวกันคือ การเพิ่มมูลค่าให้กับไก่ชน ซึ่งสอดคล้องกับ ขนิษฐา (2542) ได้กล่าวว่าการเชื่อมโยงเครือข่ายช่วยให้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ไม่ว่าจะ เป็นบุคคลหรือองค์กรเพื่อนำไปสู่การทำงานร่วมกัน และสอดคล้องกับ อารณ (2550) กล่าวถึงเครือข่ายว่าเป็น การเชื่อมโยงของกลุ่มคนหรือองค์กรที่เป็นสมาชิกดำเนินกิจกรรมบางอย่างร่วมกัน เพื่อนำไปสู่จุดหมายที่เห็นพ้องต้องกัน การเชื่อมโยงเครือข่ายผู้เลี้ยงไก่ชน ได้แก่ 5

เครือข่าย อดีตยังเป็นการเชื่อมโยงกันแบบไม่มีรูปแบบที่ชัดเจน ในปัจจุบัน (Social Media) สามารถเข้าถึงกับบุคคลในวัยต่างๆหนึ่งนั่นคือเครือข่ายผู้เลี้ยงไก่ชนสามารถติดต่อสื่อสารกันอย่างสะดวกสบาย มีจิตสำนึกร่วมกันที่จะช่วยในการพัฒนาเครือข่าย และมีส่วนร่วมใน

การทำงานในระยะต่างๆ ซึ่งการเชื่อมโยงเครือข่ายผู้เลี้ยงไก่ชนในแต่ละเครือข่ายจะมีความสัมพันธ์กันอย่างเป็นระบบ ซึ่งในแต่ละกิจกรรมก็จะแตกต่างกันออกไปแต่มีจุดมุ่งหมายเดียวกันดังใน Figure 1

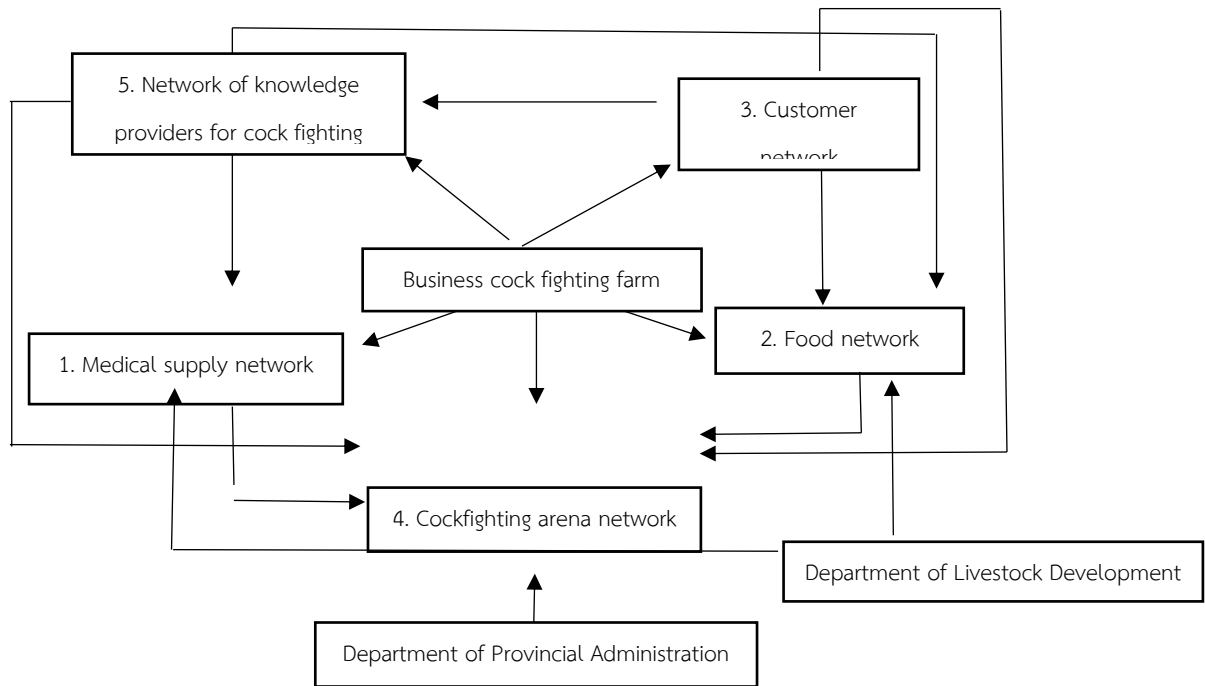
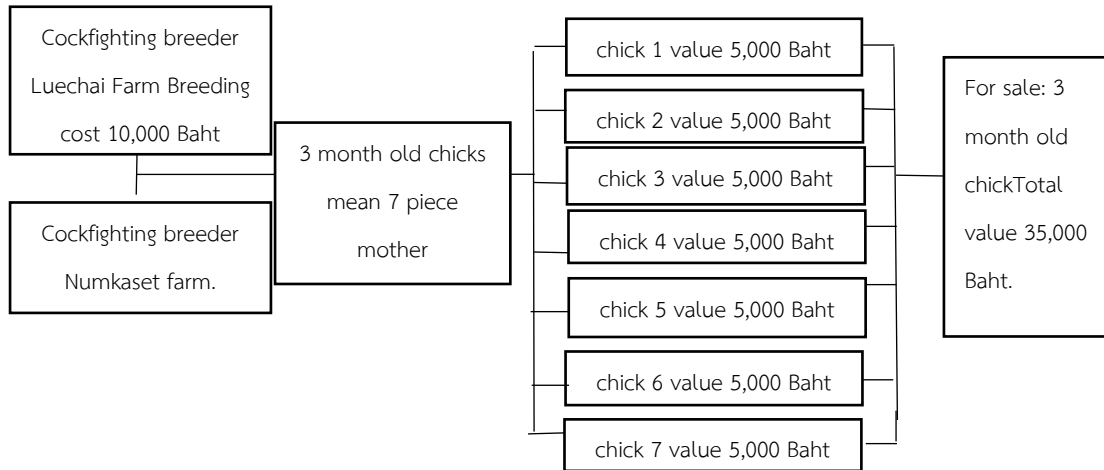


Figure 1 Characteristics of the network of cock fighting farmers in Yang Talat District Kalasin Province.

### 3 การสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้เลี้ยงไก่ชนเชิงธุรกิจ ในอำเภอขามเฒ่า จังหวัดกาฬสินธุ์

การสร้างมูลค่าเพิ่มจากแม่พันธุ์ไก่ชน คือการนำแม่พันธุ์ของทางฟาร์มไปฝากผสมพันธุ์กับพ่อพันธุ์ตัวที่มีชื่อเสียงผ่านการได้รับชัยชนะจากสนามชนไก่ในเดิมพันที่สูง หรือนำไปผสมพันธุ์กับพ่อพันธุ์ที่มีค่าตัวหลักล้านบาท ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ปภัสสร และคณะ (2564) ได้กล่าวว่า การคัดเลือกพ่อพันธุ์และแม่พันธุ์ต้องคัดเลือกจากประวัติที่ดี เคยชนชนะมาก่อน มีชั้นเชิงดี ติแม่น ลักษณะแม่พันธุ์ที่ คัดเลือก คือเป็นสีเดียวกันกับพ่อพันธุ์

ลำตัวสมส่วน เลี้ยงลูกเก่ง เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าของแม่ไก่เมื่อลูกไก่ฟักออกมาเป็นตัวแล้วผู้ที่กำหนดราคาเป็นเจ้าของแม่พันธุ์ ซึ่งในการจำหน่ายลูกไก่ชนอยู่ในช่วงอายุ 3 เดือน ซึ่งราคาขึ้นอยู่กับความพึงพอใจระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายเป็นผู้กำหนดราคาเอง การสร้างมูลค่าเพิ่มจากพ่อพันธุ์ไก่ชน มีมูลค่าเฉลี่ย 10,000 – 15,000 บาท / ตัว ซึ่งพ่อพันธุ์จะมีมูลค่าที่สูงขึ้นเมื่อผ่านการได้รับชัยชนะเงินเดิมพันยิ่งสูงค่าตัวพ่อพันธุ์ตัวนั้นๆยิ่งสูงขึ้นไปด้วย Figure 2



**Figure 2** Value of 3 month old chicks category Breeding Luechai Farm.

**Note** The chicks are male or female and the price is the same. The selling price dependson the combination and the seller's preferences.

การสร้างมูลค่าของไก่ชนในแต่ละช่วงอายุมีความแตกต่างกันออกไป ซึ่งสามารถแยกออกเป็น 8 ประเภท ได้แก่ 1) ไช้ไก่ 2) ลูกไก่ชน 3) ไก่ชนหนุ่ม/ไก่สาว 4) ไก่พร้อมชน 5) ไก่ชนชนะ 6) ไก่ชนแพ้ 7) พ่อพันธุ์ และ 8) แม่พันธุ์ โดยมีมูลค่าเพิ่มที่ต่างกันเห็นได้จาก Table 1 และประเภทไก่ชนที่สามารถจำหน่ายได้มากที่สุด คือ ลูกไก่ อายุ 3 เดือน เพราะมีราคาที่ไม่สูงมากเกษตรกรหรือชาวบ้านสามารถซื้อไปเลี้ยงขยายพันธุ์จำหน่ายได้ ซึ่งสอดคล้องกับ วิเศษ (2543) กล่าวว่า การเริ่มต้นการเลี้ยงไก่อาจทำได้หลายวิธี เช่น การซื้อลูกไก่มาเลี้ยง ซึ่งไก่รุ่นหรือแม่ไก่อนำมาเลี้ยงแล้วผสมพันธุ์เองจะได้ลักษณะที่ตรงต่อความต้องการ ซึ่งเป็นวิธีการที่ประหยัดและนิยมมากที่สุด และอีกหนึ่งประเภทคือ ไก่หนุ่ม/ไก่สาวซึ่งเป็นไก่หนุ่มที่ผ่านการคัดเลือกจากความสามารถในการขอมเตะและมีแววเก่ง และไก่สาวที่เป็นพี่น้องชุดเดียวกันกับไก่

หนุ่มดังกล่าวด้วย ไก่ประเภทนี้เหมาะกับลูกค้าที่ไม่ค่อยมีเวลาเลี้ยงดูในระยะยาว เพราะไก่ชนประเภทนี้สามารถนำไปผสมพันธุ์เพื่อสร้างรายได้ให้กับครอบครัวได้เร็วกว่าประเภทลูกไก่ที่ต้องใช้เวลาานกว่าจะผสมพันธุ์ได้

จากการศึกษาผลตอบแทนในการเลี้ยงลูกไก่ชนสามารถมีรายได้ที่ดีกว่าการเลี้ยงไก่ชนในแต่ละประเภท เนื่องจากมีระยะเวลาในการเลี้ยงดูไม่นานสามารถสร้างผลผลิตได้ 3 รุ่นต่อ 1 ปี ดังนั้นจึงเป็นที่นิยมของกลุ่มผู้เลี้ยงไก่ชนเชิงพาณิชย์เพราะสามารถให้ผลตอบแทนเร็ว สามารถเห็นได้จาก Table 2 การคำนวณต้นทุนการเลี้ยงไก่ชนเพื่อขายลูกไก่ชน ในระยะเวลา 1 รุ่นการผลิตดังต่อไปนี้

**Table 1** Increasing the value of cockfighting.

Type	Period	Market value	Creating added value (Example, Cockfighting selection, Cockfighting wins)	Added value of cock fighting
1. Egg	15 days	4.30 baht / egg	The sire and dam have a proven track record in sending their offspring to victory in the cockfighting arena.	100 baht / egg
2. Chick	3 months	15 baht / head	The sire and dam have a proven track record in sending their offspring to victory in the cockfighting arena.	2,000 baht
3. Cockfighting/ female chicken	8 months	80 baht / kg.	Young rooster have passed through and are talented. A pair of young chickens are born smart.	4,500 baht
4. Chicken ready to fight	10 months	80 baht / kg.	Take cockfighting to compete when ready to fight cocks.	10,000 baht
5. Cockfighting wins	11-12 months	80 baht / kg.	Winner cocks.	20,000 baht
6. Cockfighting lost	11-12 months	80 baht / kg.	Selling the carcasses or selling them for breeding.	250 – 1,500 baht
7. Breeder male	20 months	80 baht / kg.	The winning performance Passing through later generations.	30,000 baht
8. Breeder female	15 months	80 baht / kg.	The winning pair emerges in the cockfighting arena.	15,000 baht

**Table 2** Calculate the cost of raising fighting cocks to sell fighting chicks throughout the production period of 1 generation.

Cost	List	Period	Expenses (Baht/ Year)
Variable Cost	Ready-made animal food	1 Year	36,000
	Cost of maintenance medicine + Vaccination cost	3 Times/ Year	2,000
	Water bill + Electricity bill	1 Year	1,800
	Labor cost	1 Year	20,586



**Table 2** Calculate the cost of raising fighting cocks to sell fighting chicks throughout the production period of 1 generation. (on)

Cost	List	Period	Expenses (Baht/ Year)
Fixed Cost	Cost of female cockfighting breeders	1 Year	6,000
	Cost of male cockfighting breeders	1 Year	2,600
	Building costs	1 Year	25,715
<b>Total cost</b>			<b>94,701</b>

การศึกษาต้นทุนประเภทลูกไก่ชนอายุ 3 เดือน พบว่า ค่าใช้จ่ายมากที่สุดคือ ค่าอาหารสำเร็จรูป มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยปีละ 36,000 บาท รองลงมาคือ โรงเรือนไก่ชน มีต้นทุนโรงเรือนคือ 180,000 บาท เฉลี่ยในแต่ละปีเป็นเงิน 25,715 บาท รองลงมาคือค่าแรงงาน เจ้าของฟาร์มแบ่งเวลามาดำเนินงานกิจการวันละ 4 ชั่วโมงโดยแบ่งเป็น ช่วงเช้า เวลา 06.00-08.00 น. และช่วงบ่ายเวลา 16.00-18.00 น. ค่าแรงขั้นต่ำปี พ.ศ. 2565 คือ 338 บาทต่อวันเมื่อคิดเป็น ชั่วโมงคือ 56.4 บาทต่อชั่วโมง ค่าแรงงานคือ 20,586 บาทต่อปี ต่อมาคือ ต้นทุนแม่พันธุ์ไก่ชน 30,000 บาท มีแม่พันธุ์ 20 ตัว มีอายุการใช้งาน 5 ปีเมื่อเฉลี่ยในแต่ละปีเป็นเงิน 6,000 บาท ต่อมาคือต้นทุนพ่อพันธุ์ไก่ชนมีต้นทุน 13,000 บาท เฉลี่ยในแต่ละปีจะเป็นเงิน 2,600 บาท รองลงมาคือ ค่ายาบำรุง ค่าวัคซีน ค่าน้ำ ค่าไฟ ที่

ต้องใช้และบำรุง ดูแล พ่อพันธุ์ไก่และแม่พันธุ์ไก่ชนในช่วงผสมพันธุ์จนถึงได้ลูกไก่ชนอายุได้ 3 เดือน จึงแสดงให้เห็นว่าต้นทุนของประเภทลูกไก่ชนมีค่าใช้จ่ายต่อปี คือ 94,701 บาทต่อ 1 รุ่นการผลิต

ผลตอบแทนการเลี้ยงไก่ชนเพื่อขายลูกไก่ชน ในระยะเวลา 1 รุ่นการผลิต พบว่าในหนึ่งปีสามารถผลิตลูกไก่ชนได้ 3 ครั้ง จึงเห็นได้ว่าแม่พันธุ์ไก่ชนทั้ง 20 ตัวสามารถผลิตลูกไก่ชนได้ทั้งหมด 300 ตัวต่อปี ทางฟาร์มตั้งราคาขายไว้ตัวละ 2,000 บาท ผลตอบแทนจากการขายลูกไก่ชนเป็นจำนวนเงิน 600,000 บาทต่อปี โดยมีต้นทุนการผลิต 94,701 บาทคำนวณกำไรที่ได้จากการจำหน่ายประเภทลูกไก่ชน คือ 505,299 บาทต่อ 1 รุ่นการผลิต ดังใน Table 3

**Table 3** Calculate the return on raising fighting chickens to sell fighting chickens over the period of 1 production generation.

(1) Number of breeding stock cockfighting farm	(2) Number of cockfighting on average per 1 female breeder.	(3) Selling price (Baht / Pet)	(4) Number of production cycles per year	(5) Income (Baht / Year) (1)x(2)x(3)x(4)	(6) Production costs (Baht) (Table4)	(7) Profit (Baht / Year) (5) – (6)
20 Pet	5 Pet	2,000 Baht	3 Times	600,000 Baht	94,701 Baht	505,299 Baht

### 3.1 รูปแบบช่องทางการตลาดของฟาร์มไก่ชน

จากการศึกษา พบว่าช่องทางการตลาดมีทั้ง Digital Marketing และ Offline ซึ่งสามารถจำแนกได้ดังต่อไปนี้ ช่องทางการตลาดแบบ Digital Marketing จะมีการจำหน่ายผ่าน Facebook โดยวิธีการไลฟ์สดซึ่งวิธีการไลฟ์สด ไลฟ์สดช่วงเวลา 19.00 – 21.00 น. เนื่องจากกลุ่มลูกค้ากลับจากการทำภารกิจต่าง ๆ และเป็นช่วงเวลาพักผ่อนจะทำให้มีคนดูที่เยอะ วิธีการไลฟ์สดจะทำให้ลูกค้าได้เห็นไก่ชนในลักษณะตัวเป็นๆ ไม่ได้แต่ส่งรูปภาพเหมือนในรูปภาพเพื่อที่จะเป็นการตัดสินใจง่ายขึ้นในการซื้อ และช่องทางการตลาดแบบ Digital Marketing อีกหนึ่งอย่างคือ Line group โดยวิธีการเปิดประมูลเพื่อให้กลุ่มลูกค้าที่มีงบประมาณไม่ถึง สามารถมีสิทธิในการเป็นเจ้าของได้ซึ่งวิธีนี้จะเป็นวิธีที่สามารถดึงลูกค้าบน้อยหรืองบประมาณไม่ถึงเหมือนลูกค้ารายอื่นเอาไว้ได้เพื่อที่ฟาร์มจะได้ไม่เสียลูกค้า ช่องทางการตลาดแบบ Offline เป็นการเลือกซื้อที่ฟาร์มลูกค้าสามารถเลือกเองได้ตามที่ต้องการเมื่อชอบแล้วค่อยมาต่อรองราคา ซึ่งวิธีนี้จะสามารถต่อรองราคาได้ดีกว่าการซื้อขายแบบ Digital Marketing เพราะมีการสื่อสารกันแบบเผชิญหน้า สิ่งที่สามารถจำหน่ายที่ฟาร์มได้ต้องไปสร้างชื่อเสียงให้กลุ่มลูกค้าได้รู้จัก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ สอดคล้องกับงานของ อภิรัฐ (2546) ได้ศึกษาการเลี้ยงไก่ชน อำเภอพล จังหวัดขอนแก่น จากเกษตรกรทั้ง 3 กลุ่ม สรุปได้ว่าเกษตรกรขนาดใหญ่นิยมเลือกซื้อจากเหล่ากอ ลักษณะของไก่ชน และความน่าเชื่อถือของผู้เลี้ยง เกษตรกรทั้ง 3 กลุ่ม นิยมจำหน่ายไก่ชนที่ฟาร์ม เลี้ยงมากที่สุด ผู้ขายสามารถกำหนดราคาได้มากกว่าผู้ซื้อ

#### สรุปผลการวิจัย

การจัดการฟาร์มขนาดใหญ่และได้มาตรฐาน เพื่อให้ง่ายต่อการดูแลไก่ชน เน้นความสะอาดของฟาร์มมาเป็นอันดับแรก และการกินอาหารที่มีคุณภาพเพื่อเป็นผลดีต่อการเจริญเติบโต ทำให้ไก่ชนสุขภาพสมบูรณ์แข็งแรง ในการเลือกพิจารณาพันธุ์ไก่ชนที่ใช้เพาะเลี้ยง ได้มีการเลี้ยงตามความชอบส่วนตัวและความต้องการของ

ตลาดเป็นหลัก นักพัฒนาหรือผู้เลี้ยงไก่ชนในเชิงธุรกิจนิยมนำไก่ชนที่มีความเก่ง ฉลาด และกระตือรือร้นสร้างแข่งแกร่งมาไขว้สายพันธุ์กันสายพันธุ์ที่นิยมคือ ไก่ชนป่า ก้อย 75% ไก่ชนไซงอน 25% เครือข่ายผู้เลี้ยงไก่ชนเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้เกิดการสร้างรายได้ และการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผู้เลี้ยงไก่ชน ปัจจัยที่ทำให้เครือข่ายเข้มแข็ง คือ สถานะของสมาชิกในเครือข่ายมีความเท่าเทียมกันเป็นความสัมพันธ์ในแนวราบ (horizontal relationship) คือความสัมพันธ์ฉันทน์เพื่อน และเครือข่ายผู้เลี้ยงไก่ชนได้มีการร่วมมือกัน โดยเครือข่ายแต่ละแห่งสามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารกันได้อย่างทั่วถึงโดยผ่าน (Social Media) เครือข่ายผู้เลี้ยงไก่ชนได้มีการพึ่งพาอาศัยกันโดยเครือข่ายด้านเวชภัณฑ์ เครือข่ายด้านอาหารสามารถนำสินค้าเข้าไปจำหน่ายในสนามชนไก่ ที่อยู่ในเครือข่ายได้โดยไม่มีค่าใช้จ่ายใดๆ และได้มีการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ของแต่ละเครือข่ายผ่านทาง (Social Media) ซึ่งวิธีการสร้างมูลค่าเพิ่มของไก่ชนสามารถสร้างได้จาก การนำไก่ชนไปแข่งขันในสนามชนไก่ เมื่อได้รับชัยชนะไก่ชนตัวนั้นก็จะมีมูลค่าเพิ่มขึ้นตามความสามารถของไก่ชนตัวนั้นๆ

การสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้เลี้ยงไก่ชนเชิงธุรกิจพบว่า ต้นทุนและผลตอบแทนของประเภทไก่ชนสามารถสรุปได้ว่า ผลตอบแทนในการเลี้ยงลูกไก่ชนสามารถมีรายได้ที่ดีกว่าการเลี้ยงไก่ชนในแต่ละรุ่น เนื่องจากมีระยะเวลาการดูแลสามารถสร้างผลผลิตได้ 3 รุ่นต่อ 1 ปี ราคาลูกไก่ชนที่นำมาจำหน่ายอายุ 3 เดือนอยู่ที่ตัวละ 2,000 บาท มีต้นทุนคือ 94,701 บาทต่อปี เมื่อหักต้นทุนแล้วสามารถสร้างรายได้เข้าฟาร์มคือ 505,299 บาทต่อปี และแหล่งที่มารายได้ของเครือข่ายผู้เลี้ยงไก่ชน ส่วนใหญ่มาจากการเป็นเครือข่ายผู้เลี้ยงไก่ชน และการทำกาเกษตรเฉลี่ยอยู่ที่ 78,000 บาทต่อปี รายรับสูงสุด 110,000 บาทต่อปี

#### ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. เครือข่ายผู้เลี้ยงไก่ชนในอำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์ ส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ในด้านการ

ประชาสัมพันธ์ ควรมีการจัดอบรมให้ความรู้สอนการใช้ Application ต่างๆในการประชาสัมพันธ์ และการสร้างความเป็นเอกลักษณ์ในแต่ละเครือข่ายของผู้เลี้ยงไก่ชน

2. ควรมีการพัฒนาเครือข่ายผู้เลี้ยงไก่ชน ในด้านองค์ความรู้เกี่ยวกับการตลาด กลยุทธ์การจำหน่ายสินค้า และบริการ เพื่อให้เกิดความยั่งยืน

3. มีการส่งเสริมการเลี้ยงไก่ชนเชิงธุรกิจ เพื่อให้เยาวชนรุ่นใหม่ได้มีการมาสืบทอดวัฒนธรรม ภูมิปัญญาในการเลี้ยงไก่ชน และมีการต่อยอดองค์ความรู้วิธีการสร้างมูลค่าเพิ่มของไก่ชน

### เอกสารอ้างอิง

กรมปศุสัตว์. 2564. ข้อมูลจำนวนเกษตรกรผู้เลี้ยงสัตว์และประชากรสัตว์ปี 2564. ค้นเมื่อ 10 เมษายน 2565, <https://opendata.nesdc.go.th/dataset/number-of-farmers-and-animal-populations-2021>

เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2543). การจัดการเครือข่าย: กลยุทธ์สำคัญสู่ความสำเร็จของการปฏิรูปการศึกษา. กรุงเทพฯ: ซัคเซส มีเดีย.

ไก่ชนออนไลน์. 2561. การเปิดบ่อนไก่ชนอย่างถูกกฎหมาย. ค้นเมื่อ 5 พฤศจิกายน 2564, <https://kaichononline.com/knowledge/content/00055>.

ชนินฐา กาญจนรังษิณนธ์. 2542. การสร้างเครือข่ายเพื่อการพัฒนา. กรุงเทพฯ: กลุ่มงานวิจัยและพัฒนากรมการพัฒนาชุมชน.

ธนศรี บุญตาแสง. 2544. ไก่ชนกับวิถีชีวิตไทย: ศึกษากรณี อำเภอมือง จังหวัดขอนแก่น. ขอนแก่น: วิทยาลัยเทคนิคขอนแก่น.

นฤมล นิราทร. 2543. การสร้างเครือข่ายการทำงาน : ข้อควรพิจารณาบางประการ. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ปภัสนร เต็มภักดี สายรุ่ง โก๊ะรัมย์ อัครพล หนูน้อย และ นฤมล สมคณา. 2564. การศึกษาลักษณะและสายพันธุ์ของไก่ชนเขตพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์. วารสารแก่นเกษตร. 49(suppl. 2), 902-916.

เพิ่มศักดิ์ มกราภิรมย์. 2545 การเรียนรู้ด้วยตนเองเพื่อความยั่งยืน. กรุงเทพฯ: แผนงานสนับสนุนป่าชุมชนในประเทศไทย ศูนย์ฝึกอบรมรวมศาสตร์ชุมชนแห่งภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก.

วิบูล ธีลาสมิต. 2549. พระราชบัญญัติการพนัน. ค้นเมื่อ 10 มกราคม 2567, [http://www.law.moi-go.th](http://www.law.moi.go.th) 2549 > 22549083127t.

วิเศษ อัครวิทยากุล. 2543. การเลี้ยงไก่ชน. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

วีระศักดิ์ เครือเทพ. 2550. เครือข่าย: นวัตกรรมการทำงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น บทวิเคราะห์ว่าด้วยการบริหารงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในแนวระนาบเพื่อการเพิ่มขีดความสามารถในการปฏิบัติงานและความรับผิดชอบต่อสาธารณะ. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

อภิรัฐ ปัจจุทรา. 2546. ธุรกิจการเลี้ยงไก่ชนในอำเภอลพ จังหวัดขอนแก่น. การศึกษาอิสระปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจการเกษตรบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

อาภรณ์ ภูวิทย์พันธุ์. 2550. Career Development in Practice. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : เอช. อาร์. เซ็นเตอร์.