

ทัศนคติของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้อในจังหวัดสงขลา
ที่มีต่อการใช้สารสกัดจากพืชสมุนไพรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต

Attitude of Broiler Farmers in Songkhla

Province Towards Herbal Extracts for Production Efficiency Improvement

ภาณุพงศ์ ทองคำ* อรพินธ สันติธีรากลุ** และชวภณ สิงห์จรรย์***

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้อในจังหวัดสงขลาที่มีต่อการใช้สารสกัดจากพืชสมุนไพรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต ทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้อ (เจ้าของฟาร์ม) ในจังหวัดสงขลา ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 70 ราย เป็นการศึกษาจากประชากรทั้งหมด การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติขั้นพื้นฐาน ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา ความถี่ และร้อยละ

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 41-50 ปี มีสถานภาพสมรส มีการศึกษาขั้นสูงสุด ประถมศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,000-100,000 บาท มีจำนวนไก่เนื้อ 5,000-10,000 ตัว มีรูปแบบของโรงเรือนในการเลี้ยงไก่เนื้อเป็นโรงเรือนระบบปิด

การศึกษาทัศนคติในด้านความรู้ความเข้าใจพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจต่อการใช้สารสกัดจากพืชสมุนไพรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตโดยภาพรวม คิดเป็นร้อยละ 57.1 โดยเรื่องที่ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้ถูกต้องมากที่สุด คือ สารสกัดจากพืชสมุนไพรราคาถูกกว่ายาปฏิชีวนะ

ด้านความคิดเห็นที่มีต่อการใช้สารสกัดจากพืชสมุนไพรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตของผู้ตอบแบบสอบถามตามส่วนประสมทางการตลาดพบว่า มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย โดยแต่ละด้านที่มีค่าสูงสุดมีดังต่อไปนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ คือ สารสกัดจากพืชสมุนไพรจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต ด้านราคา คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ มีจำหน่ายที่ร้านขายยาสำหรับสัตว์ และด้านส่งเสริมการตลาด คือ มีพนักงานขายไปนำเสนอสินค้าถึงฟาร์ม

ด้านแนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อการใช้สารสกัดจากพืชสมุนไพร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตของผู้ตอบแบบสอบถาม คือ มีการแนะนำบุคคลอื่นให้ใช้สารสกัดจากพืชสมุนไพร

* นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับผู้บริหาร จังหวัดสมุทรสาคร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

** รองศาสตราจารย์ อาจารย์ภาควิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

*** รองศาสตราจารย์ อาจารย์ภาควิชาการเงินและการธนาคาร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ABSTRACT

This independent study aimed to study attitude of broiler farmers in Songkhla province towards herbal extracts for production efficiency improvement. Questionnaire was employed as a tool to collect information from population size amount 70 broiler farmers who were own farms in Songkhla province. All given data were analyzed by the descriptive statistics composing of frequencies and percentage.

Based upon the results, it was found that most broiler farmers were male whose age ranges were between 41 – 50 years old and married, finished primary school, average monthly income between 50,000 – 100,000 baht. They had 5,000 – 10,000 broilers and farming by evaporative cooling houses system

The study of attitudes in terms of broiler farmers' knowledge and understanding of using the herbal extracts for production efficiency improvement showed that 57.1 percent of their answers were correct. The highest factor of understanding was that the price of herbal extracts cheaper than antibiotic.

In term of broiler farmers' opinion towards marketing mixed factors, they agreed with all factors. The highest ranked factors for each category were as follows: for product it was that the herbal extracts would increase efficiency for production; for price it was that the reasonable price in relation to the quality; for place it was distributed at animal pharmacy store; for promotion it was that sale representative had presented the goods at farm.

In terms of broiler farmers behavior towards using the herbal extracts for production efficiency improvement showed that most of them would introduce the herbal extracts for production efficiency improvement to others.

บทนำ

ในบรรดาสัตว์ปีกเศรษฐกิจ “ไก่เนื้อ” ถือได้ว่าเป็นสัตว์ที่ได้รับความนิยมในการบริโภคมากที่สุด โดยอัตราการบริโภคเนื้อไก่ของคนไทยในปี 2555 มีการบริโภคไก่เนื้อ 947,458 ตัน เพิ่มขึ้นจากปี 2554 ร้อยละ 1.25 และคาดว่าในปี 2556 จะมีการบริโภคเพิ่มขึ้นเล็กน้อยประมาณร้อยละ 0.60 (ศูนย์ข้อมูลธุรกิจ กรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศ, 2556: ออนไลน์) แนวโน้มตลาดการผลิตไก่เนื้อของไทยยังคงปรับตัวเพิ่มขึ้น สอดรับกับจำนวนประชากร และการส่งออกที่ขยายตัวเพิ่มมากขึ้น โดยปี 2556 ประเทศไทยผลิตไก่เนื้อได้ 1,274.34 ล้านตัว โดยคาดว่าปี 2557 ประเทศไทยจะผลิตไก่เนื้อได้ 1,440 ล้านตัว เพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 13 (สำนักงานเลขานุการกรมปศุสัตว์, 2557: ออนไลน์)

จังหวัดสงขลา เป็นหนึ่งในแหล่งผลิตไก่เนื้อที่สำคัญของทางภาคใต้ ซึ่งจังหวัดสงขลาประกอบไปด้วย 16 อำเภอ มีกำลังการผลิตไก่เนื้อจำนวน 6,600,000 ตัวต่อปี จากการเลี้ยงระบบฟาร์มที่ได้รับการรองมาตรฐานฟาร์มเลี้ยงสัตว์จากปศุสัตว์จังหวัดสงขลา จำนวน 72 ฟาร์ม แบ่งเป็นฟาร์มระบบปิด จำนวน 58 ฟาร์ม และฟาร์มระบบเปิด จำนวน 14 ฟาร์ม โดยมีลักษณะการเลี้ยงไก่เนื้อของเกษตรกรส่วนใหญ่จะอยู่ในรูปแบบประกันราคากับบริษัท ได้แก่ บริษัทเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด บริษัท เบทาโกรภาคใต้ จำกัด บริษัท ลูกปลาฟาร์ม จำกัด บริษัท ฟาร์มขนาดใหญ่ จำกัด (ยงเสรีฟาร์ม) ห้างหุ้นส่วนจำกัด ปรีชาการเกษตร เป็นต้น โดยในการผลิตไก่เนื้อของไทยนั้นมีการจัดการฟาร์มที่ได้

มาตรฐานและมีระบบการผลิตที่ปลอดภัย เป็นที่ยอมรับทั้งในไทยและต่างประเทศ (สำนักงานปศุสัตว์เขต 9, 2555: ออนไลน์) หลังจากประเทศในกลุ่มสหภาพยุโรปได้ประกาศห้ามใช้ยาปฏิชีวนะ เพื่อเร่งการเจริญเติบโตในสัตว์ทุกชนิด เนื่องจากทำให้เกิดการตกค้างในเนื้อสัตว์ รวมถึงการดื้อยาปฏิชีวนะในผู้บริโภค กลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยงสัตว์ทั่วโลกจึงมองหาทางเลือกอื่น ซึ่งวิธีที่ได้รับการยอมรับมากที่สุดก็คือการใช้สารจากธรรมชาติ ได้แก่ พืชสมุนไพรและเครื่องเทศ ส่วนประเทศไทยในปัจจุบันการผลิตไก่เนื้อมีการลดใช้ยาปฏิชีวนะอันเนื่องมาจากสาเหตุของการดื้อยาจึงได้มีความพยายามจำกัดการใช้ยาปฏิชีวนะอย่างต่อเนื่อง และเริ่มสนับสนุนการใช้สมุนไพรเพื่อทดแทนยาปฏิชีวนะ ซึ่งในจังหวัดสงขลามีการเริ่มใช้สารสกัดจากพืชสมุนไพรตั้งแต่ปี 2556 และพบว่าสารภายในพืชสมุนไพรเป็นตัวกำหนดในการควบคุมและป้องกันโรคจึงได้มีการกำหนดการใช้สมุนไพรเพื่อให้ได้ผล เช่นใช้ในส่วนที่มีสารออกฤทธิ์สูง ฤดูเก็บเกี่ยว สถานที่ปลูก และรวมไปถึงการเก็บรักษา พืชสมุนไพรที่จะไม่ทำให้สารสำคัญสลายไป ซึ่งต่อมาจากความรู้และความเข้าใจในด้านสารสำคัญในพืชสมุนไพรทำให้มีการใช้สารสกัดจากพืชสมุนไพรมากขึ้น เนื่องจากใช้ปริมาณไม่สูง และสามารถควบคุมสารสำคัญได้ดีกว่าการใช้พืชสมุนไพรที่ไม่มีความแน่นอนของสารสำคัญ จนกระทั่งปัจจุบันนี้ มีนวัตกรรมใหม่ที่มีการนำมาใช้เพื่อสกัด และนำส่งสารสกัดจากสมุนไพร ทำให้สารออกฤทธิ์ของสารสกัดสมุนไพรดี ทำงานได้มีประสิทธิภาพดีขึ้น ไม่สูญเสียสลายไปในระบบทางเดินอาหาร มีปริมาณที่แน่นอน และสามารถเข้าสู่อวัยวะเป้าหมายเพื่อการรักษาที่ได้ผลดียิ่งขึ้น โดยขบวนการที่ใช้ขนส่งสารสกัดสมุนไพรที่ได้กล่าวถึงนั้นคือ เทคโนโลยีเอนแคปซูเลชัน (ประธานาถ ศรัทธาธรัตน์, 2557) และสารสกัดจากพืชสมุนไพรที่ใช้เช่น สารสกัดจากอริกาโน สารสกัดจากอบเชย สารสกัดจากพริก และสารสกัดจากขมิ้นชัน เป็นต้น นำมาใช้ในไก่เนื้อ เพื่อลดอัตราการท้อเสีย เพิ่มอัตราการเจริญเติบโต และเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต ดังนั้นผู้ศึกษามีความสนใจในการศึกษาทัศนคติของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้อในจังหวัดสงขลา ที่มีต่อการใช้สารสกัดจากพืชสมุนไพรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้ไปใช้ในการวางแผนการตลาด เพื่อเข้าถึงทัศนคติของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้อ และตอบสนองความต้องการของเกษตรกรได้อย่างสูงสุด

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติองค์ประกอบของทัศนคติของผู้บริโภคแบ่งออกเป็น 3 องค์ประกอบ ดังนี้ องค์ประกอบทางด้านความรู้ความเข้าใจ (Cognitive Component: Learn) หมายถึงความเชื่อหรือความรู้ที่ผู้บริโภคมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งความเชื่อนี้อาจเป็นความเชื่อที่ถูกต้องหรือผิด หรืออาจเป็นความเชื่อในแง่บวกหรือแง่ลบก็ได้

องค์ประกอบทางด้านความรู้สึก (Affective Component: Feel) หมายถึงความรู้สึกของผู้บริโภคทั้งในแง่บวกแง่ลบ อันแสดงถึงระดับความชอบ หรือไม่ชอบของผู้บริโภคที่มีต่อสิ่งหนึ่งบางอย่างเพียงไร

องค์ประกอบทางด้านพฤติกรรม (Behavioral Component: Do) หมายถึง การกระทำใดๆของผู้บริโภคอันเกิดจากความเชื่อและความรู้สึกที่เกิดขึ้น พฤติกรรมหรือการกระทำอาจแสดงในรูปของการซื้อหรือการหลีกเลี่ยงการไม่ซื้อผลิตภัณฑ์ การใช้ผลิตภัณฑ์หรือแนะนำให้ผู้อื่นซื้อ เป็นต้น ความสัมพันธ์ระหว่าง 3 องค์ประกอบของทัศนคติ ในขั้นแรกนั้น เมื่อผู้บริโภคได้รวบรวมข้อมูลความรู้เกี่ยวกับลักษณะต่างๆ ของผลิตภัณฑ์จะทำให้เกิดการเรียนรู้ ความเข้าใจและก่อตัวขึ้นเป็นทัศนคติอันแสดงถึงความเชื่อต่อผลิตภัณฑ์และบริการ ในขั้นที่ 2 ผู้บริโภคจะประเมินความเชื่อ อันเกี่ยวกับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์และบริการก็จะเกิดความรู้สึกชอบ และในขั้นตอนที่ 3 จากผลการประเมินเป็นความชอบ จะมี

เหตุผลจูงใจทำให้เกิดพฤติกรรมหรือการกระทำการซื้อหรือใช้ผลิตภัณฑ์ที่ซอหากได้รับความพอใจ จากการใช้บริการ และผลิตภัณฑ์ดังกล่าว จะใช้เป็นการเสริมแรงทางในบวก ให้แสดงพฤติกรรมซ้ำๆ ต่อไป ให้เกิดความภักดีต่อตรา (Brand Loyalty) ผูกพันเป็นเวลายาวนาน

ร่วมกับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด และกระบวนการผลิตสารสกัดจากพืชสมุนไพร

วิธีการศึกษา

1. ขอบเขตการศึกษา

เนื้อหาในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ มุ่งศึกษาทัศนคติของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้อในจังหวัดสงขลา ที่มีต่อการใช้สารสกัดจากพืชสมุนไพรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต โดยทำการศึกษาในด้านความรู้และความเข้าใจของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้อที่มีต่อการใช้สารสกัดจากพืชสมุนไพร ศึกษาด้านความคิดเห็นของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้อที่มีต่อสารสกัดจากสมุนไพร ศึกษาแนวโน้มพฤติกรรมของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้อ ที่มีต่อการใช้สารสกัดจากพืชสมุนไพร และศึกษา ปัญหาของเกษตรกร ผู้เลี้ยงไก่เนื้อที่มีต่อการใช้สารสกัดจากพืชสมุนไพร

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้อ (เจ้าของฟาร์ม) ในจังหวัดสงขลา ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 70 ราย (ข้อมูลฟาร์มเลี้ยงสัตว์, 2554: ออนไลน์) ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาจากประชากรทั้งหมด

3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

แหล่งข้อมูลหลักของการศึกษานี้ คือ ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากฟาร์มเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้อในจังหวัดสงขลา จำนวน 70 ราย

ผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษาขั้นสูงสุด รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนไก่ที่เลี้ยงในฟาร์ม และรูปแบบของโรงเรือนในการเลี้ยงไก่เนื้อ ผู้เลี้ยงไก่เนื้อ เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 58.6 มีอายุ 41-50 ปี คิดเป็น ร้อยละ 34.3 มีสถานภาพ สมรส คิดเป็นร้อยละ 65.7 มีการศึกษาขั้นสูงสุด ประถมศึกษา คิดเป็น ร้อยละ 54.3 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,000-100,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 47.1 มีจำนวนไก่เนื้อ 5,000-10,000 ตัว คิดเป็นร้อยละ 48.6 มีรูปแบบของโรงเรือนในการเลี้ยงไก่เนื้อเป็นโรงเรือนระบบปิด ร้อยละ 80.0

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้อที่มีต่อการใช้สารสกัดจากพืชสมุนไพรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต เกี่ยวกับ ความรู้ความเข้าใจ ความคิดเห็น และแนวโน้มพฤติกรรม

ด้านความรู้ความเข้าใจ ผู้เลี้ยงไก่เนื้อ ส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจต่อการใช้สารสกัดจากพืชสมุนไพรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตโดยภาพรวม คิดเป็นร้อยละ 57.1 โดยเรื่องที่มีผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้ถูกต้องมากที่สุด

คือ สารสกัดจากพืชสมุนไพรราคาถูกกว่ายาปฏิชีวนะ คิดเป็นร้อยละ 90.0 และเรื่องที่ตอบได้ไม่ถูกต้องมากที่สุด คือ สารสกัดจากพืชสมุนไพรต้องได้รับใบอนุญาตจากกรมปศุสัตว์ คิดเป็นร้อยละ 72.9

ด้านความคิดเห็น ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ความคิดเห็นที่มีต่อการใช้สารสกัดจากพืชสมุนไพรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยรวม 3.79 (เห็นด้วย) อยู่ในลำดับที่ 2 เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยพบว่า เรื่องที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยในระดับมากที่สุด คือ สารสกัดจากพืชสมุนไพรจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต ค่าเฉลี่ย 4.23 (เห็นด้วยเป็นอย่างยิ่ง) และเรื่องที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยในระดับน้อยที่สุด คือ สารสกัดจากพืชสมุนไพรมีเพียงพอไม่ขาดตลาด 3.24 (เฉยๆ)

ด้านราคา พบว่า ความคิดเห็นที่มีต่อการใช้สารสกัดจากพืชสมุนไพรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตด้านราคา มีค่าเฉลี่ยรวม 4.05 (เห็นด้วย) อยู่ในลำดับที่ 1 เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยพบว่า เรื่องที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยในระดับมากที่สุด คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ค่าเฉลี่ย 4.06 (เห็นด้วย) และเรื่องที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยในระดับน้อยที่สุด คือ ราคาถูก ค่าเฉลี่ย 4.03 (เห็นด้วย)

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ความคิดเห็นที่มีต่อการใช้สารสกัดจากพืชสมุนไพรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยรวม 3.73 (เห็นด้วย) อยู่ในลำดับที่ 3 เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยพบว่า เรื่องที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยในระดับมากที่สุด คือ มีจำหน่ายที่ร้านขายยาสำหรับสัตว์ ค่าเฉลี่ย 3.39 (เห็นด้วย) และเรื่องที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยในระดับน้อยที่สุด คือ สามารถหาซื้อผลิตภัณฑ์ได้ง่าย ค่าเฉลี่ย 3.53 (เห็นด้วย)

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ความคิดเห็นที่มีต่อการใช้สารสกัดจากพืชสมุนไพรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต ด้านการส่งเสริมการขาย ภาพรวมอยู่ในระดับ ค่าเฉลี่ย 3.25 (เฉยๆ) เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยพบว่า เรื่องที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยในระดับมากที่สุด คือ มีพนักงานขายไปนำเสนอสินค้าถึงฟาร์ม ค่าเฉลี่ย 4.05 (เห็นด้วย) และเรื่องที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยในระดับน้อยที่สุด คือ มีกิจกรรมสะสมยอดซื้อเพื่อแลกของแถม ค่าเฉลี่ย 3.06 (เฉยๆ)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะ เป็นคำถามปลายเปิด

จากการศึกษาในครั้งนี้ สามารถสรุปข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามได้ดังนี้ควรให้ทางภาครัฐ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ร่วมมือกับทางภาคเอกชน จัดเจ้าหน้าที่ลงพื้นที่เพื่ออบรมเกี่ยวกับการใช้สารสกัดจากพืชสมุนไพร เพื่อที่จะทำให้เกษตรกรมีความรู้ความเข้าใจ วิธีการใช้ ประโยชน์ ข้อดีและข้อเสียของสารสกัดจากพืชสมุนไพรในแต่ละชนิด ทำให้เกษตรกรสามารถเลือกใช้สารสกัดจากพืชสมุนไพรได้อย่างถูกต้องและเหมาะสมกับความต้องการ และควรมีการรณรงค์ และมีการสนับสนุนการใช้สารสกัดจากพืชสมุนไพรจากทางภาครัฐ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

อภิปรายผล

องค์ประกอบทางด้านความรู้ความเข้าใจ (Cognitive Component : Learn) ผู้เลี้ยงไก่เนื้อส่วนใหญ่ มีความรู้ความเข้าใจต่อการใช้สารสกัดจากพืชสมุนไพรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตโดยภาพรวมในระดับปานกลางคิดเป็นร้อยละ 57.1 เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยพบว่า ระดับความรู้ความเข้าใจต่อการใช้สารสกัดจากพืชสมุนไพรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตในเรื่องของสารสกัดจากพืชสมุนไพรไม่มีสารตกค้าง มีจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 68.6 สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปริญญา อินตัน (2551) ได้ศึกษาเรื่อง ทศนคติของเกษตรกรในอำเภอพร้าว

จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีต่อการผลิตผักและผลไม้ปลอดสารพิษเพื่ออุตสาหกรรมการแปรรูปพบว่า องค์ประกอบด้านความรู้ ความเข้าใจของเกษตรกรในการผลิตพืชระบบ “เกษตรดีที่เหมาะสม” จีเอพี (GAP) ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีความเข้าใจเรื่อง หลักการและเหตุผลเทคโนโลยีในการผลิต ประโยชน์ในการทำ จีเอพี (GAP) สอดคล้องกับผล การศึกษาของ ณรงค์ชัย จีระธวัชชัย (2556) ได้ศึกษาเรื่อง ทักษะคติของเกษตรกรในจังหวัดสุพรรณบุรีต่อการซื้อปุ๋ย ชีวภาพในการเพาะปลูกพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมี ความรู้และความเข้าใจถูกด้านการใช้ปุ๋ยชีวภาพในระดับ ปานกลาง ซึ่งข้อที่ ผู้ตอบแบบสอบถามตอบถูกมากที่สุด คือ ปุ๋ยชีวภาพเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม แต่ไม่สอดคล้องกับ ผลการศึกษาของ ปาริชาติ เกตุวรภัทรา (2545) ได้ศึกษาเรื่อง ทักษะคติของเกษตรกรจังหวัดลำพูนต่อการใช้อีเอ็มในการ ผลิตลำไย พบว่า เกษตรกรยังขาดความรู้และความเข้าใจในขั้นตอนการปฏิบัติเกี่ยวกับอีเอ็มที่ถูกต้อง สาเหตุที่ผล การศึกษาไม่สอดคล้องเนื่องจาก เรื่องที่ผู้ศึกษานำมาทำการทบทวนวรรณกรรมมีขอบเขตประชากรและพื้นที่ในการศึกษา ที่แตกต่างกัน ส่งผลให้ระดับความรู้ความเข้าใจที่ของประชากรหรือกลุ่มตัวอย่างแตกต่างกันด้วยเช่นกัน

องค์ประกอบด้านความคิดเห็น (Affective Component: Feel) ความคิดเห็นที่มีต่อการใช้สารสกัดจากพืช สมุนไพรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยรวม 3.79 (เห็นด้วย) เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยพบว่า เรื่องที่ผู้เลี้ยงไก่เนื้อ เห็นด้วยในระดับมากที่สุด คือ สารสกัดจากพืชสมุนไพรจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต มีค่าเฉลี่ย รวม 4.23 (เห็นด้วยเป็นอย่างยิ่ง) ด้านราคาพบว่า ความคิดเห็นที่มีต่อการใช้สารสกัดจากพืชสมุนไพรเพื่อเพิ่ม ประสิทธิภาพในการผลิตด้านราคา มีค่าเฉลี่ยรวม 4.05 (เห็นด้วย) เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยพบว่า เรื่องที่ผู้ตอบ แบบสอบถามเห็นด้วยในระดับมากที่สุด คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ค่าเฉลี่ย 4.06 (เห็นด้วย)

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ความคิดเห็นที่มีต่อการใช้สารสกัดจากพืชสมุนไพรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพใน การผลิตด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยรวม 3.73 (เห็นด้วย) เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยพบว่า เรื่องที่ผู้ตอบ แบบสอบถามเห็นด้วยในระดับมากที่สุด คือ มีจำหน่ายที่ร้านขายยาสำหรับสัตว์ ค่าเฉลี่ย 3.39 (เห็นด้วย) และด้าน การส่งเสริมการตลาดพบว่า ความคิดเห็นที่มีต่อการใช้สารสกัดจากพืชสมุนไพรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต ด้าน การส่งเสริมการขาย ภาพรวมอยู่ในระดับ ค่าเฉลี่ย 3.25 (เฉยๆ) เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยพบว่า เรื่องที่ผู้ตอบแบบสอบถาม เห็นด้วยในระดับมากที่สุด คือ มีพนักงานขายไปนำเสนอสินค้าถึงฟาร์ม ค่าเฉลี่ย 4.05 (เห็นด้วย) ซึ่งสอดคล้องกับผล การศึกษาของปริญญา อินตัน (2551) ได้ศึกษาเรื่องทักษะคติของเกษตรกรในอำเภอพร้าว จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีต่อการผลิต ผักและผลไม้ปลอดสารพิษเพื่ออุตสาหกรรมการแปรรูปพบว่า องค์ประกอบด้านความคิดเห็นของเกษตรกรในการผลิตพืช ระบบ “เกษตรดีที่เหมาะสม” จีเอพี (GAP) มีความเห็นด้วยในระดับมาก ในเรื่องของผลผลิตมีคุณภาพเป็นที่ต้องการ ของตลาด กระบวนการผลิตปลอดภัยต่อเกษตรกรและผู้บริโภค มีการใช้ทรัพยากรที่เกิดประโยชน์สูงสุด กระบวนการ สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ ไม่เกิดมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม ทำได้สะดวกและง่ายต่อการปฏิบัติ ทำให้ความเป็นอยู่ดีขึ้นทั้ง ทางด้านการเงินและด้านสุขภาพ มีประโยชน์ต่อส่วนรวมทั้งทางตรงและทางอ้อม และมีผลตอบแทนที่คุ้มค่าต่อการลงทุน และสอดคล้องกับผลการศึกษาของณรงค์ชัย จีระธวัชชัย (2556) ได้ศึกษาเรื่องทักษะคติของเกษตรกรในจังหวัดสุพรรณบุรี ต่อการซื้อปุ๋ยชีวภาพในการเพาะปลูกพบว่า ด้านความคิดเห็นการใช้ปุ๋ยชีวภาพของ ผู้ตอบแบบสอบถามตามส่วน ประสมทางการตลาดพบว่า มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย โดยในแต่ละด้านมีค่าเฉลี่ยสูงสุดดังต่อไปนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ คือ ปุ๋ยชีวภาพมี ธาตุ อาหารครบถ้วน ด้านราคาของปุ๋ยชีวภาพคือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพด้านช่องทางการจัด จำหน่ายของปุ๋ยชีวภาพ คือ มีตัวแทนจำหน่ายและร้านค้าบริการหลายแหล่งทำให้สะดวกในการซื้อผลิตภัณฑ์ และด้าน

ส่งเสริมการตลาดของปุ๋ยชีวภาพ คือ มีการจัดการให้ความรู้ อบรม สัมมนา แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของปาริชาติ เกตุวรภัทรา (2545) ได้ศึกษาเรื่องทัศนคติของเกษตรกรจังหวัดลำพูนต่อการใช้อีเอ็มในการผลิตลำไยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าชาตผู้นำที่จริงจังที่จะส่งเสริมการใช้อีเอ็มแก่เกษตรกรสมาชิก หัวเชื้ออีเอ็มไม่มีคุณภาพ สาเหตุที่ผลการศึกษาไม่สอดคล้อง เนื่องจากนโยบายการส่งเสริม การผลักดัน รวมถึงการสนับสนุนในแต่ละพื้นที่ที่แตกต่างกัน อีกทั้ง หากประชากรหรือกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษามีความรู้ความเข้าใจอยู่ในระดับน้อยเกี่ยวกับเรื่องที่ทำการศึกษา ซึ่งอาจจะส่งผลต่อความคิดเห็นที่มีต่อเรื่องที่ทำการศึกษาในเชิงลบหรืออยู่ในระดับน้อย

องค์ประกอบทางด้านพฤติกรรม (Behavioral Component: Do) ความสัมพันธ์ระหว่าง 3 องค์ประกอบของทัศนคติ ในขั้นแรกนั้น เมื่อผู้บริโภคได้รวบรวมข้อมูลความรู้เกี่ยวกับลักษณะต่างๆ ของผลิตภัณฑ์ก็จะทำให้เกิดการเรียนรู้ความเข้าใจและก่อตัวขึ้นเป็นทัศนคติอันแสดงถึงความเชื่อต่อผลิตภัณฑ์และบริการ ในขั้นที่ 2 ผู้บริโภคจะประเมินความเชื่ออันเกี่ยวกับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์และบริการ จะเกิดความรู้สึกชอบ และในขั้นตอนที่ 3 จากผลการประเมินเป็นความชอบ จะมีเหตุผลจูงใจทำให้เกิดพฤติกรรมหรือการกระทำการซื้อหรือใช้ผลิตภัณฑ์ที่ชอบ หากได้รับความพอใจจากการใช้บริการและผลิตภัณฑ์ดังกล่าว จะใช้เป็นการเสริมแรงในทางบวก ให้แสดงพฤติกรรมซ้ำๆ ต่อไป ให้เกิดความภักดีต่อตรา (Brand Loyalty) ผูกพันเป็นเวลายาวนาน จากการศึกษาพบว่า ผู้เลี้ยงไก่เนื้อ มีเหตุผลตัดสินใจซื้อสารสกัดจากพืชสมุนไพรด้วยจากพืชสมุนไพรมากที่สุด คือ คุณภาพ คิดเป็นร้อยละ 50.0 มีโอกาสในการใช้สมุนไพรมากที่สุด คือ ใช้รักษาเมื่อสัตว์ป่วย คิดเป็นร้อยละ 54.7 มีแหล่งผลิตที่เลือกซื้อสารสกัดจากพืชสมุนไพรมากที่สุด คือ ผลิตจากบริษัทภายในประเทศ คิดเป็นร้อยละ 95.7 มีพฤติกรรมหลังการใช้สารสกัดจากพืชสมุนไพรมากที่สุด คือ ใช้สารสกัดจากพืชสมุนไพรร่วมกับยาปฏิชีวนะ มีการแนะนำบุคคลอื่น คิดเป็นร้อยละ 95.7 สอดคล้องกับผลการศึกษาของปริญญา อินตัน (2551) ได้ศึกษาเรื่องทัศนคติของเกษตรกรในอำเภอพร้าว จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีต่อการผลิตผักและผลไม้ปลอดสารพิษเพื่ออุตสาหกรรมการแปรรูปพบว่า องค์ประกอบด้านพฤติกรรมของเกษตรกรในการผลิตพืชระบบ “เกษตรดีที่เหมาะสม” จีเอพี (GAP) ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีความพร้อมในการที่จะปฏิบัติและเผยแพร่ความรู้ให้แก่เกษตรกรรายอื่นๆ ต่อไป และสอดคล้องกับผลการศึกษาของณรงค์ชัย จีระธวัชชัย (2556) ได้ศึกษาเรื่องทัศนคติของเกษตรกรในจังหวัดสุพรรณบุรีต่อการซื้อปุ๋ยชีวภาพในการเพาะปลูกข้าวพบว่า สำหรับด้านด้านแนวโน้มพฤติกรรมของ ผู้ตอบแบบสอบถามต่อปุ๋ยชีวภาพส่วนใหญ่จะแนะนำให้ผู้อื่นใช้ปุ๋ยชีวภาพ แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของปาริชาติ เกตุวรภัทรา (2545) ได้ศึกษาเรื่องทัศนคติของเกษตรกรจังหวัดลำพูนต่อการใช้อีเอ็มในการผลิตลำไยพบว่า ด้านแนวโน้มพฤติกรรมคือ ขาดการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ และผลที่จะได้รับจากการใช้อีเอ็ม และการเชื่อมโยงของบริษัทปุ๋ยและสารเคมี สาเหตุที่ผลการศึกษาไม่สอดคล้อง เนื่องจากขาดการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ และผลที่จะได้รับจากการใช้อีเอ็ม ส่งผลทำให้ประชากรหรือกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่จะใช้ จึงไม่สามารถระบุได้ว่ากลุ่มตัวอย่างหรือประชากรที่ได้ทำการศึกษา นั้น มีความรู้ความเข้าใจมากนักน้อยเพียงใด มีความคิดเห็นเป็นอย่างไร จึงเป็นสาเหตุที่ไม่สามารถนำไปสู่ผลของการที่จะตอบสนองในเรื่องของพฤติกรรมหรือแนวโน้มพฤติกรรมที่จะเลือกซื้อ ใช้ หรือรับบริการเกี่ยวกับเรื่องที่ได้ทำการศึกษา

ข้อเสนอแนะ

1. ผู้ประกอบการหรือนักการตลาดควรทำการสร้างตราสินค้า (Branding) ของผลิตภัณฑ์สารสกัดจากพืชสมุนไพรให้เป็นผลิตภัณฑ์ประเภทสะดวกซื้อ (Convenience Product) เป็นผลิตภัณฑ์พื้นฐาน (Staples Product) ที่เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้อจำเป็นต้องใช้ในการเลี้ยงไก่เนื้อในฟาร์ม นอกจากนี้ ควรจะมีการฉลาก (Labeling) โดยมีรูปภาพและข้อความที่สื่อถึงการใช้สารสกัดจากพืชสมุนไพรสามารถที่เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต

2. ผู้ประกอบการหรือนักการตลาดควรทำการใช้กลยุทธ์ราคาตามระดับ (Price – quality Pricing Strategy) โดยกิจการจะต้องทำการเปรียบเทียบระดับคุณภาพและราคาของผลิตภัณฑ์ของกิจการให้มีความสอดคล้องกับประโยชน์ที่เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้อจะได้รับกับราคาที่เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้อจะต้องจ่ายให้สอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อนำไปสู่การสร้างความพึงพอใจให้แก่เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้อ (Satisfaction) นอกจากนี้ สามารถทำให้เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้อมีความยินดี (Delight) และเกิดการซื้อซ้ำ (Repurchases) ในผลิตภัณฑ์สารสกัดจากพืชสมุนไพรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตในครั้งต่อไป

3. ผู้ประกอบการหรือนักการตลาดควรทำการกระจายตัว (Distribution) ผลิตภัณฑ์สารสกัดจากพืชสมุนไพรผ่านร้านขายยาสำหรับสัตว์ ซึ่งเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายที่สามารถเข้าถึง หรือเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้อสามารถที่จะเข้าถึงผลิตภัณฑ์ดังกล่าวได้อย่างสะดวก

4. ผู้ประกอบการหรือนักการตลาดควรให้ข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องสารสกัดจากพืชสมุนไพรต้องได้รับอนุญาตจากกรมปศุสัตว์ เรื่องมีการโฆษณาในวารสารสาส์นไก่และสุกร เรื่องมีการประชาสัมพันธ์ ข้อมูลผลิตภัณฑ์ในงานอบรมสัมมนาทางวิชาการ และมีการโฆษณา ณ จุดขาย โดยการพนักงานขาย (Personal Selling) เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจให้แก่กลุ่มเป้าหมายในเรื่องดังกล่าว เพื่อที่จะทำให้เกษตรกรมีความรู้ความเข้าใจเพิ่มมากขึ้น และควรมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์คุณภาพของสารสกัดจากพืชสมุนไพร ณ จุดขาย (Point of Purchase) ให้แก่กลุ่มเป้าหมายด้วยเช่นเดียวกัน

5. ผู้ประกอบการหรือนักการตลาดควรใช้พนักงานขาย (Personal Selling) ที่จบการศึกษาทางด้านสัตวบาลหรือสัตวแพทย์ ทำการแนะนำการขายโดยมุ่งเน้นที่จะนำเสนอในเรื่องของ ประสิทธิภาพของสารสกัดจากพืชสมุนไพรว่าจะสามารถที่จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต และสามารถป้องกันรวมถึงรักษาโรคทองเสียได้จริง โดยข้อมูลที่จะนำเสนอให้แก่เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้อ จะเป็นเอกสารทางวิชาการและผลการทดลองเพื่อใช้ในการอ้างอิงการนำเสนองานขาย และแนะนำให้เกษตรกรทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ เพื่อที่จะทำให้เกษตรกรได้รู้ผลการใช้ว่ามีประสิทธิภาพ และสามารถที่จะนำไปสู่การเพิ่มโอกาสในด้านของแนวโน้มและพฤติกรรม ที่จะใช้สารสกัดจากพืชสมุนไพรของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้อมากยิ่งขึ้น อีกทั้งควรมีกิจกรรมอบรมสัมมนาทางวิชาการ (Academic Seminars) เพื่อให้เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้อได้มีพื้นที่การรวมตัวเพื่อพูดคุยและแลกเปลี่ยนประสบการณ์ในการใช้สารสกัดจากพืชสมุนไพร

6. ผู้ประกอบการหรือนักการตลาดควรใช้พนักงานขาย (Personal Selling) ที่จบการศึกษาทางด้านสัตวบาลหรือสัตวแพทย์เพื่อความน่าเชื่อถือ นำเสนอผลิตภัณฑ์ถึงเกษตรกรที่ฟาร์มโดยตรง อันเนื่องจากความรู้ความสามารถของพนักงานมีความเกี่ยวเนื่องโดยตรง มีการใช้ในเรื่องของความรู้พื้นฐานในการนำเสนอผลิตภัณฑ์สารสกัดจากพืชสมุนไพรให้แก่เกษตรกร และควรจัดจำหน่ายหรือกระจายผลิตภัณฑ์ผ่านร้านขายยาสำหรับสัตว์ทั่วไปเพื่อสะดวกต่อกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการใช้สารสกัดจากพืชสมุนไพร นอกจากนี้ จะมีในส่วนของลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Service) หรือสายด่วน

สำหรับลูกค้าเพื่อเป็นช่องทางที่จะสามารถปรึกษา และแนะนำการใช้ผลิตภัณฑ์ได้เมื่อเกิดปัญหาหรือต้องการแก้ไขปัญหาหน้าฟาร์ม

7. ผู้ประกอบการหรือนักการตลาด ควรทำการประชาสัมพันธ์ (Public Relation) มีการโฆษณา ณ จุดขาย (Point of Purchase) โฆษณาผ่านสื่อออนไลน์หรือสังคมออนไลน์ (Social network or Digital Marketing) โดยทำการนำเสนอในเรื่องของควรรักษาสารสกัดจากพืชสมุนไพรจากแหล่งผลิตภายในประเทศมาจัดจำหน่ายให้แก่เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้อ และทำการแนะนำเกษตรกรให้ใช้สารสกัดจากพืชสมุนไพรร่วมกับยาปฏิชีวนะ พร้อมบอกถึงประสิทธิภาพหรือผลการทดลองหลังจากการใช้ร่วมกันเพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้อได้เพิ่มขึ้น

บรรณานุกรม

- กรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศ. ศูนย์ข้อมูลธุรกิจ. (2556). *เนื้อไก่และผลิตภัณฑ์*. ค้นเมื่อ 17 กรกฎาคม 2557, จาก <http://www.thaibiz.net/th/business/315/>
- กฤษณาสี เวชสาร. (2551). *การวิจัยตลาด* (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- โกวิท ประวาลพุกษ์. (2547). *การงานอาชีพและเทคโนโลยี* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: พัฒนาคุณภาพวิชาการ.
- ณรงค์ชัย จีระธวัชชัย. 2556. *ทัศนคติของเกษตรกรในจังหวัดสุพรรณบุรีต่อการซื้อปุ๋ยชีวภาพในการเพาะปลูกข้าว*. (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- ประชนาถ ศรีธัญรัตน์. (2557). *สาส์นไก่และสุกร*. กรุงเทพฯ: สาส์นไก่และสุกร.
- ปริญญา อินตัน. (2551). *ทัศนคติของเกษตรกรในอำเภอพร้าว จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีต่อการผลิตผักและผลไม้ปลอดสารพิษ เพื่ออุตสาหกรรมแปรรูป*. (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- ปาริชาติ เกตุวรภัทรา. (2545). *ทัศนคติของเกษตรกรจังหวัดลำพูนต่อการใช้อีเอ็มในการผลิตลำไย*. (วิทยานิพนธ์ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (เกษตรศาสตร์) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- พัชรา ตันติประภา และคณะ. (2555). *หลักการตลาด* (พิมพ์ครั้งที่ 2). เชียงใหม่: ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- มัลลิกา ธรรมจริยาวัฒน์, จารุวรินทร์ ไอสถานุเคราะห์ และมรกต พรพิบูลย์. (2550). *วิธีการวิจัยทางธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: ทอมสัน เลิร์นนิ่ง.
- วิหวัธ รุ่งเรืองผล. (2552). *หลักการตลาด* (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: มาร์เก็ตติ้งมูฟ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2548). *การวิจัยธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: ไดมอนด์ อิน บิสซิเนส เวิร์ล.
- สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดสงขลา. (2554). *ข้อมูลฟาร์มเลี้ยงสัตว์*. ค้นเมื่อ 6 พฤศจิกายน 2557, จาก <http://www.pvlo-sgk.did.go.th>
- สำนักงานปศุสัตว์เขต 9. (2556). *ยุทธศาสตร์ไก่เนื้อ พ.ศ. 2556 จังหวัดสงขลา*. ค้นเมื่อ 17 กรกฎาคม 2557, จาก <http://www.region9.did.go.th>
- สำนักงานเลขานุการกรมปศุสัตว์. (2557). *สถานการณ์เศรษฐกิจการปศุสัตว์ และแนวโน้มปี 57*. ค้นเมื่อ 17 กรกฎาคม 2557, จาก <http://www.secretary.did.go.th>