

จิ้งหรีด

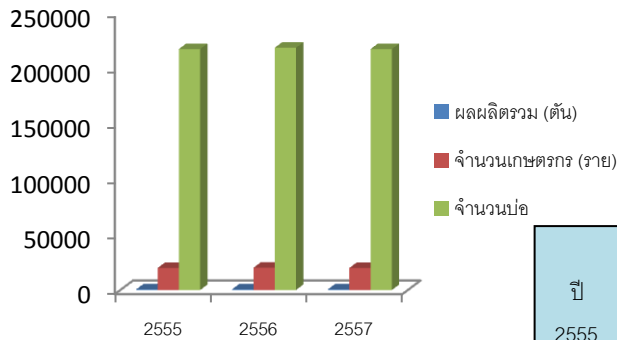
ชื่อไทย : จิ้งหรีด(Cricket)

ชื่อวิทยาศาสตร์: Acheta testacea Walker

โดย (อรสา เสนีวงศ์ ณ อยุธยา)

(นักวิชาการเกษตรชำนาญการพิเศษ)

โทรศัพท์: 0 2940 6102



สถิติการผลิต			
	ปี 55	ปี 56	ปี 57
จำนวนเกษตรกร (ราย)	19,861	20,086	19,861
จำนวน(บ่อ)	217,529	218,689	217,529
ผลผลิตเฉลี่ย(กก./บ่อ)	3	3	3
ผลผลิตรวม (ตัน)	654.62	656.07	654.62
วัตถุดิบ - ใช้ในประเทศ	%		
- ส่งออก.....	%		

ต้นทุน / ผลตอบแทน	
ต้นทุน(ปี 57 : บาท/บ่อ)	
- ค่าพันธุ์ จิ้งหรีดปีละ 4 รุ่น	150-250 บาท
- ค่าวัสดุอุปกรณ์ในการเตรียมบ่อเลี้ยง	300 บาท
- ค่าอาหาร	100 บาท
ผลตอบแทน (บาท/บ่อ)	1,000 บาท
มูลค่าผลผลิตรวม	65,462,000 บาท
GDP (ล้านบาท)
GDP Growth Rate (%)

Crop requirement (สภาพแวดล้อมที่เหมาะสมในการผลิต)

1. โรงเรือนควรเป็นที่ดอนน้ำไม่ท่วมขัง บริเวณที่เลี้ยงต้องไม่ตากแดดตากฝน
2. การจัดการเลี้ยงเน้นความสะดวก บ่อควรติดเทปกาวรอบขอบบ่อกันจิ้งหรีดออก มีระบบการป้องกันศัตรูจิ้งหรีด และควรเปลี่ยนฟอ-แม่งพ่นกันเลือดชิด มีแผงไข่แบบกระดาษเพื่อเป็นที่หลบซ่อนของจิ้งหรีด
3. การให้อาหารและน้ำมีอาหารหลักเช่น ฟักทอง ข้าวโพด ผักต่าง ๆ อาหารเสริม เช่นรำ หัวอาหารที่ใช้เลี้ยงไก่
4. การจัดการบ่อที่เลี้ยงจิ้งหรีดให้ใช้หลักของสุขอนามัยสัตว์ และคำนึงถึงความปลอดภัยของจิ้งหรีดที่นำมาทำอาหาร และไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม

ราคาขายที่เกษตรกรขายได้เฉลี่ยทั้งประเทศ (บาท/กิโลกรัม)

ปี	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
2555	← 100 →											
2556	← 100 →											
2557	← 100 →											

ส่งออก	ข้อได้เปรียบเสียเปรียบสินค้าไทย	นำเข้า
ประเทศคู่ค้าของไทย จำนวนผลผลิต	ผลผลิต - พันล้านตัน -	ประเทศผู้นำเข้าสำคัญของโลกมีการนำเข้าจากประเทศกัมพูชา โดยเฉพาะตักแตน หนอนไหม เป็นต้น
-	-	-

ฤดูกาลผลผลิต (ร้อยละที่ออกสู่ตลาด)

ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
← →											
ทุกฤดู											

ปี	ผลผลิต(ตัน)		
	ผลผลิต(ตัน)	เฉลี่ย(กก./รุ่น/ปี)	มูลค่า
2555	652.60	3	1,957.86 ล้านบาท
2556	656.07	3	1,968.21 ล้านบาท
2557	652.60	3	1,957.86 ล้านบาท

ที่มา : ศูนย์ส่งเสริมและพัฒนาอาชีพการเกษตร(ผึ้ง)

แหล่งผลิต

ภาคเหนือ ได้แก่ จังหวัดแพร่ เชียงราย เชียงใหม่ น่าน ตาก
 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ จังหวัดหนองบัวลำภู เลย ขอนแก่น กาฬสินธุ์ อุดรธานี ร้อยเอ็ด
 ภาคตะวันออก ได้แก่ จังหวัดสระแก้ว จันทบุรี
 จังหวัดที่เลี้ยงมาก : จังหวัดเลย

ศักยภาพ/จุดเด่น	ปัญหา/ข้อจำกัด	แนวทางพัฒนา/แก้ไข
<p>การผลิต</p> <p>จิ้งหรีดเป็นแมลงที่พบอยู่ทั่วไปในธรรมชาติโดยเฉพาะจิ้งหรีดทองแดงลาย (สะตึง) มีขนาดประมาณ 4.85 ซม.x1 ซม. มีสีน้ำตาลปนเหลือง ชอบกระโดดกินพืชเป็นอาหาร จิ้งหรีดมีสารอาหารโปรตีนสูงปลอดสารพิษ สามารถช่วยแก้ไขปัญหขาดสารอาหารได้เลี้ยงง่าย ขยายพันธุ์เร็ว ให้ผลผลิตสูง ต้นทุนการผลิตต่ำเหมาะที่เกษตรกรจะนำมาเลี้ยงเป็นอาชีพเสริมไว้บริโภคและจำหน่ายเพิ่มรายได้ เนื่องจากเวลาเลี้ยงไม่มาก</p> <p>ปัจจุบัน</p> <p>จิ้งหรีดสามารถจะเลี้ยงได้ทุกพื้นที่ นิยมบริโภคเฉพาะท้องถิ่นโดยเฉพาะภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นแหล่งอาหารโปรตีน และเป็นห่วงโซ่อาหารให้แก่ ไก่ชน ปลา และกบ ปัจจุบันสามารถนำจิ้งหรีดไปบริโภคได้หลายรูปแบบ เช่น เป็นอาหารโดยการทอด คั่ว แกง ห่อหมก และยำ</p>	<p>การผลิต</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. นิยมบริโภคเฉพาะท้องถิ่นโดยเฉพาะภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 2. งานวิจัยและพัฒนาการเลี้ยงและผลิตภัณฑ์จิ้งหรีดมีจำกัด หรือมีน้อย 3. เกษตรกรขาดความรู้ด้านเทคโนโลยีการจัดการด้านการเลี้ยง <p>การแปรรูป</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. การแปรรูปและการนำจิ้งหรีดไปใช้ประโยชน์ยังไม่หลากหลายและตรงต่อความต้องการของผู้บริโภค <p>การตลาด</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ขาดการรวมตัวของเกษตรกรผู้เลี้ยงจิ้งหรีดในระดับต่างๆ ในการผลิตและการตลาด 	<p>การผลิต</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ส่งเสริมประชาสัมพันธ์และเผยแพร่การบริโภคจิ้งหรีดให้แพร่หลาย 2. ส่งเสริมการเลี้ยงและพัฒนาเทคโนโลยีให้กับเกษตรกรและจัดตั้งศูนย์เรียนรู้/องค์ความรู้ด้านการเลี้ยงจิ้งหรีด โดยสำนักงานเกษตรอำเภอ/ตำบล ร่วมกับกลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยงจิ้งหรีด 3. พัฒนาเทคโนโลยีการเลี้ยงจิ้งหรีด สายพันธุ์ การป้องกันศัตรูจิ้งหรีด ระบบการจัดการ แหล่งอาหาร พัฒนาระบบการจัดการเลี้ยงตามมาตรฐานเพื่อให้ผลผลิตมีคุณภาพ ต้นทุนการผลิตต่ำ โดยเน้นเศรษฐกิจพอเพียง <p>การแปรรูป</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. พัฒนาแนวทางการดำเนินงานเพื่อเพิ่มมูลค่าผลผลิตการเป็นห่วงโซ่อาหาร พัฒนารูปแบบการแปรรูปบรรจุภัณฑ์ให้มีความหลากหลายและเป็นที่น่าสนใจของผู้บริโภค <p>การตลาด</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ส่งเสริมให้เกษตรกรรวมกลุ่ม และจัดประชุม เชื่อมโยงการตลาดระหว่างผู้ผลิต พ่อค้า ผู้กระจายสินค้าให้เป็นเครือข่ายซึ่งกันและกัน