

แนวทางสร้างการรับรู้ไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่ 1 ในกลุ่มผู้บริโภค

อำนวยการ เลี้ยววารากุล¹ ชาตรี ประทุม¹ และ ศิริพันธ์ โมราถบ²

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อหาแนวทางสร้างการรับรู้ไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่ 1 ในกลุ่มผู้บริโภค โดยใช้ป้ายที่มีรายละเอียดข้อมูลเกี่ยวกับไก่ประดู่หางดำฯ ติดไว้ที่หน้าร้าน และถุงพลาสติกบรรจุไก่ที่มีการระบุชื่อพันธุ์ไก่ ทำการศึกษาโดยการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญไก่, ผู้ขายไก่สด และผู้บริโภคไก่ ในตลาดชุมชนเขตจังหวัดเชียงใหม่ และลำพูน โดยแบ่งเป็นก่อนการให้ป้าย และถุงพลาสติก โดยทำการสัมภาษณ์ผู้จำหน่ายไก่ 10 ราย, ผู้ขายไก่สด 10 ราย, ผู้บริโภค 203 ราย และหลังการให้ป้าย และถุงพลาสติก ทำการสัมภาษณ์ผู้บริโภค 344 ราย ผลการศึกษาพบว่า พันธุ์ไก่ที่ผู้จำหน่ายต้องการมากที่สุด คือ ไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่ 1 รองลงไปเป็นพันธุ์ลูกผสมประดู่ฯ, พันธุ์พื้นเมือง, ลูกผสมพื้นเมืองฯ, และไก่โต้ง ตามลำดับ โดยน้ำหนักตัวไก่มีชีวิตที่ต้องการอยู่ในช่วง 0.9 - 1.2 กิโลกรัม ส่วนพันธุ์ไก่ที่ผู้ขายไก่สดต้องการมากที่สุด คือไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่ 1 รองลงไปเป็นพันธุ์พื้นเมือง, ลูกผสมประดู่ฯ, และไก่โต้ง ตามลำดับ น้ำหนักไก่สดที่ต้องการอยู่ในช่วง 0.8 - 1.0 กิโลกรัม สำหรับพันธุ์ไก่ที่ผู้บริโภคต้องการมากที่สุด คือไก่พื้นเมือง รองลงไปคือ ไก่ลูกผสมพื้นเมือง, ไก่โต้ง และไก่เนื้อตามลำดับ โดยนิยมนำไก่ไปทำเป็นอาหารพื้นเมืองของภาคเหนือ คือ ต้มยำไก่ (ยำจิ้นไก่), ไก่หนึ่ง, แกงไก่, แกงอ่อม สำหรับชิ้นส่วนของไก่พื้นเมืองที่ผู้นิยมนำรับประทานมากที่สุดคือ สะโพก รองลงไปได้แก่ ออก, น่อง และ เครื่องในตามลำดับ

ความเห็นของผู้จำหน่ายไก่ต่อการรับรู้ไก่ประดู่หางดำของผู้บริโภค ก่อนการให้ป้ายและถุงพลาสติก พบว่า รู้จักปานกลาง (ร้อยละ 50.0), ไม่รู้จัก (ร้อยละ 30.0) สำหรับผู้ขายไก่สดเห็นว่า ไม่รู้จัก (ร้อยละ 60.0), รู้จักน้อย (ร้อยละ 30.0) และเมื่อสอบถามผู้บริโภคก่อนการให้ป้าย และถุงพลาสติก พบว่ารู้จักไก่ประดู่หางดำ เพียงร้อยละ 3.5 แต่เมื่อ 3 เดือนหลังการให้ป้าย และถุงพลาสติกพบว่าการรู้จักไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่ 1 เพิ่มขึ้นเป็น ร้อยละ 54.1

คำสำคัญ : ไก่พื้นเมือง, ประดู่หางดำเชียงใหม่ 1, การรับรู้

¹ ศูนย์วิจัยและบำรุงพันธุ์สัตว์เชียงใหม่ อ.สันป่าตอง จ.เชียงใหม่. 50120.

² กลุ่มงานวิจัยและพัฒนาสัตว์ปีก กรมปศุสัตว์ กรุงเทพฯ. 10400.

Guidance for Customers Perception of Pradu Hangdum Chiangmai 1 Chicken

Amnuay Leotaragul¹ Chatri Prathum¹ and Siripun Morathop²

Abstract

This study aimed to investigate guidance for customers perception of Pradu Hangdum Chiangmai 1 chicken, by using information sign for retail store and packaging of fresh chicken. Data used in the study were obtained by interviewing chicken butcher, fresh chicken seller and chicken customers at local markets of Chiangmai and Lumphun provinces. The study sample before using information sign at retail store and plastic bag of fresh chicken consisted of 10 chicken butchers, 10 fresh chicken sellers and 203 chicken customers. And after using information sign of retail store and packaging of fresh chicken consisted of 344 chicken customers. The results showed that the most preferred breed of chicken of chicken butcher was Pradu Hangdum Chiangmai 1 chicken, followed in order by crossbred Pradu Hangdu, native, crossbred native and Thong chicken, respectively. And range of body weight of live chicken were 0.9 – 1.2 kilogram. The most preferred breed of chicken of chicken seller was Pradu Hangdum Chiangmai 1 chicken, followed in order by native, crossbred Pradu Hangdu and Thong chicken, respectively. And range of body weight of fresh chicken were 0.8 – 1.0 kilogram. For the most preferred breed of chicken of chicken customer was native, followed in order by crossbred native, Thong and broiler chicken, respectively. Native chicken was made the northern native food as Tom Yum, steaming and Kaeng, respectively. Thigh meat of native chicken was the most preferred organ and followed by breast meat, leg meat and internal organ, respectively.

Before using information sign at retail store and plastic bag of fresh chicken, the opinion of chicken butcher for customers perception of Pradu Hangdum chicken were medium (50.0 %), unknown (30.0%). For the opinion of chicken seller were unknown (60.0%), low (30.0). And customer perception of Pradu Hangdum chicken was 3.5 %. After 3 months of using information sign of retail store and packaging of fresh chicken, chicken customer perception of Pradu Hangdum chicken was increasing to 54.1 %.

Key Words: Indigenous chicken, Pradu Hangdum Chiangmai 1, perception

¹ Livestock Breeding and Research Center, Amphur Sanpatong, Chiangmai. 50120.

² Poultry Development and Research Section, DLD, Bangkok. 10400.