

การสร้างอัตลักษณ์ของไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่ 1

อำนวยการ เลี้ยวธารากุล¹ ศิริพันธ์ โมราถบ² ดรุณี ณ รังสี² ชาตรี ประทุม¹ สันติ แผงเม้า¹
และ อภิรักษ์ เพียรมงคล³

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างอัตลักษณ์ของไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่ 1 โดยสร้างการรับรู้ไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่ 1 โดยการประกวดการปรุงเป็นอาหาร และประเมินผลการนำพันธุ์ไก่ไปใช้ประโยชน์ ทำการศึกษาโดยการจัดการประกวดการปรุงอาหารโดยใช้ไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่ 1 จำนวน 3 ครั้ง ในช่วงเทศกาลและฤดูท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ โดยรายการอาหารมี 2 ประเภทได้แก่ อาหารพื้นเมืองล้านนาและอาหารยอดนิยมของไทย ส่วนการประเมินผลการนำพันธุ์ไก่ไปใช้ประโยชน์ ใช้แบบสอบถามร่วมกับการประชุมกลุ่มย่อยจากหน่วยงานราชการเจ้าของพันธุ์ไก่, ฟาร์มเครือข่าย, เกษตรกรเครือข่าย, เกษตรกร/ประชาชนผู้ซื้อพันธุ์ไก่ ผลการศึกษาพบว่า อาหารที่ผู้บริโภคนิยมนำไปปรุงเป็นอาหาร ของภาคเหนือตอนบนคือ แกงสไตล์ล้านนา และยำจิ้นไก่ ส่วนภาคอื่นๆ คือ ต้มยำไก่ และไก่ทอด ผู้บริโภคเห็นว่าไก่พื้นเมืองมีข้อเด่นที่ รสชาติดี เนื้อแน่น มีคุณค่าทางอาหาร แต่มีข้อด้อยที่ หาซื้อยาก และราคาแพง ส่วนการจัดการประกวดการปรุงอาหารฯ ผู้บริโภคที่มาร่วมงานรู้จักพันธุ์ไก่ประดู่หางดำเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 25.5 (งานครั้งที่ 1) เป็นร้อยละ 69.4 (งานครั้งที่ 3) สำหรับการให้ชิมเนื้อไก่ประดู่หางดำฯ ผู้ชิมให้คะแนนในระดับพึงพอใจมาก ภาพรวมของการจัดการประกวดได้ผลลัพธ์ตามวัตถุประสงค์ ได้ตำรับ/สูตรในการปรุงอาหารโดยใช้ไก่ประดู่หางดำฯ จำนวน 5 ประเภทอาหาร

การประเมินผลการนำพันธุ์ไก่ไปใช้ประโยชน์ พบว่าปัญหาหลักคือจำนวนพันธุ์ไก่มีไม่พอเพียงกับความต้องการ ซึ่งทั้งหน่วยงานราชการและฟาร์มเครือข่ายได้มีแผนการเพิ่มกำลังการผลิต สำหรับความพึงพอใจในพันธุ์ไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่ 1 พบว่ามีคะแนนในระดับพึงพอใจมากที่สุด

คำสำคัญ : ไก่พื้นเมือง, ประดู่หางดำเชียงใหม่ 1, อัตลักษณ์, การใช้ประโยชน์

¹ ศูนย์วิจัยและบำรุงพันธุ์สัตว์เชียงใหม่ อ.สันป่าตอง จ.เชียงใหม่. 50120.

² กลุ่มงานวิจัยและพัฒนาสัตว์ปีก กรมปศุสัตว์ กรุงเทพฯ. 10400.

³ สาขาวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการอาหาร คณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จ.เชียงใหม่ 50100

Identity Creation of Pradu Hangdum Chiangmai 1 Chicken

Amnuay Leotaragul¹, Siripun Morathop², Darunee Na Rungsri², Chatri Prathum¹,
Santi Pangmao¹, and Aphirak Phianmongkhol³

Abstract

This study aims to build the identity of Pradu Hangdum Chiangmai 1 chicken (PDCM 1) by creating a perception the chicken with a contest to cook it. Implementation and evaluation of this chicken to take advantage. Studied by the competition to cook PDCM 1 with 3 times in a festival and high season of Chiang Mai province. The menu has two types of local food (Lanna) and popular Thai food. For the evaluation of useful chicken were obtained by interviewing and a small group meeting government ownership of chicken, farm network, farmer network, farmers and people who buy chicken. The results showed that food that consumers prefer the chicken to cook it, the upper north were Lanna-style Kaeng and Tom Yum. And other regions were Tom Yum and fried chicken. The advantage of native chicken for consumers were a dominant taste, firmness of meat and good for health. However, the disadvantage were difficult to buy and expensive. The cooking competition, consumers at the event known PDCM 1, up from 25.5 percent (event 1) to 69.4 percent (event 3). For a taste of the PDCM 1 meat found that overall satisfaction in the very satisfaction level for the taste. Overview of the objectives of competition were very success for the aims and received formulation of 5 types of food for cooking PDCM 1.

Evaluation of useful of PDCM 1 found that the main problem is the number of chickens is not enough demand. The both government and farm network had plans to expand production capacity. For satisfaction in the breed of PDCM 1 showed satisfaction ratings in the most.

Key Words: Indigenous chicken, Pradu Hangdum Chiangmai 1, identity, useful

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

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

³ Division of Food Science and Technology. Faculty of Agro-Industry. Chiangmai University, Chiangmai. 50100