การพัฒนาตลาด และแปรรูปผลิตภัณฑ์ไก่พื้นเมืองประดู่หางดำ

จรัญ ใจลังกา1/* ชัยณรงค์ วงค์สรรศรี 1/และ วุฒิชัย ลัดเครือ2

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มี วัตถุประสงค์3 ประการ ประกอบด้วย เพื่อศึกษาการสร้างและเชื่อมโยงเครือข่ายการผลิต กับการตลาด ของเกษตรกรผู้ผลิตไก่ประดู่หางดำในจังหวัดเชียงราย และกับเครือข่ายเกษตรกรในภาคเหนือ การพัฒนากระบวนการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากไก่ประดู่หางดำในรูปแบบผลิตภัณฑ์บรรจุถุงรีทอร์ทเพาช์ และเพื่อการพัฒนารูปแบบการจัดการแผนการตลาดไก่พื้นเมืองประดู่หางดำ โดยมีการดำเนินการศึกษาการสร้างเครือข่ายเกษตรกรผู้ผลิตไก่ประดู่หางดำในจังหวัดเชียงราย จำนวน 2 กลุ่ม สมาชิกทั้งหมด 30 ราย ศึกษาการแปรรูปผลิตภัณฑ์บรรจุถุงรีทอร์ท จำนวน 3 ผลิตภัณฑ์ได้แก่ ขาไก่รมควัน ปีกไก่รมควัน และอกไก่แฮม จากนั้นทำการศึกษาการตลาดประกอบด้วยตลาดไก่มีชีวิต ไก่แปรรูป และผลิตภัณฑ์ เก็บข้อมูลโดยใช้การสัมภาษณ์เกษตรกร และผู้บริโภค ข้อมูลการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในร้านค้าชุมชน ร้านของฝาก การเปิดบูธสำรวจรสชาติผลิตภัณฑ์ในตลาดต่างประเทศโดยการชิม และการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการส่งออกสินค้าไปต่างประเทศ

ผลการวิจัย พบว่าโครงการได้พัฒนาเครือข่ายการผลิตให้เกิดการเชื่องโยงกับเครือข่ายตลาดโดยการรวมกลุ่มเกษตรกร 2 กลุ่มในอำเภอพาน ของนายประยูร ณ สุนทร ซึ่งมีผลผลิตไก่ขุน 78,532 ตัว/ปี และนางยุพิน จุ่มปาเกี๋ยงที่มีผลผลิตไก่ขุน 19,951 ตัว/ปี ให้มีการจัดการวางแผนการผลิต และการตลาดร่วมกันเพื่อการทำการตลาดเป็นระบบร่วมกัน รวมทั้งการแก้ปัญหาผลผลิตออกมาล้นตลาดราคาผลผลิตตกต่ำจากการแข่งขันกันเอง โดยมีแผนจำหน่ายไก่มีชีวิต และไก่สดแช่แข็ง ในจังหวัดเชียงราย รวมทั้งมีการกระจายผลผลิตไปยังเครือข่ายในจังหวัดพะเยา และ สปป.ลาว โครงการได้การสำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่ให้เป็นผลิตภัณฑ์บรรจุถุงรีทอร์ต เพื่อการพัฒนาเป็นยผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพในการขยายโอกาสการตลาด ได้ทำการทดสอบการชิมและความต้องการของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงรายและจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้บริโภคมีตวามชื่นชอบในระดับมาก โครงการได้ทำการทดสอบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ณ ศูนย์พัฒนาอุตสาหกรรมปศุสัตว์ จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้เนื้อส่วนอก ลำตัวไปผลิตไก่แฮม ส่วนปีกไก่และขาไก่นำไปผลิตปีกไก่รมควัน สำหรับการพัฒนาการตลาด โครงการได้สำรวจตลาดในพื้นที่ภาคเหนือตอนบน โดยแยกเป็นการจำหน่ายไก่มีชีวิต ไก่สดชำแหละ ในตลาดชุมชน หมู่บ้าน และตลาดชายแดน ส่วนร้านของฝากจำหน่ายผลิตภัณฑ์บรรจุถุงรีทอร์ต จากการจัดการบริหารเครือข่ายเกษตรกรพบว่าในพื้นที่มีกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตไก่อยู่ใกล้เคียงกันหากไม่มีการบริหารจัดการผลผลิต การตลาดร่วมกันอาจทำให้เกิดการแข่งขันกันเองส่งผลให้เกิดผลเสียกับทั้งสองกลุ่ม การจัดการเครือข่ายจึงเป็นสิ่งสำคัญยิ่ง จากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในบรรจุถุงรีทอร์ท พบว่า หากใช้ไก่ขุนที่มีน้ำหนักไม่เกิน 1.5 กิโลกรัมในการทำผลิตภัรฑ์จะมีการสูญเสียของน้ำหนักเนื้อไก่สูง และพบว่าเครื่องปรุงที่เป็นส่วนผสมของสมุนไพรผ่านกระบวนการนึ่งฆ่าเชื้อที่อุณหภูมิสูงจะทำให้เปลี่ยนสภาพไปไม่มีกลิ่นหอมที่เป็นเอกลักษณ์ทำให้ขาดรสชาติ ผลิตภัณฑ์ในรูปแบบของถุงรีทอร์ทอาจเหมาะสมกับการจัดการไก่ปลดที่เป็นไก่ขนาดใหญ่ และมีเนื้อเหนียวผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมเช่นไก่ต้มน้ำปลา ไก่อบซีอิ้ว เนื่องจากไม่มีสวนผสมของเครื่องสมุนไพร จากการเก็บข้อมูลการตลาดต่างประเทศพบว่าประเทศเพื่อนบ้าน เช่น ลาว จีน มีความต้องการบริโภคไก่ที่สูงแต่ผู้บริโภคยังขาดความเข้าใจถึงคุณภาพเนื้อไก่พื้นเมืองประดู่หางดำโดย สำหรับการพัฒนารูปแบบ

การจัดการแผนการตลาดไก่พื้นเมืองประดู่หางดำจากการสัมภาษณ์ผู้บริโภค ผู้ประกอบการตลาดในจังหวัดเชียงใหม่และเชียงราย พบว่า ส่วนใหญ่แยกไก่พื้นเมืองกับไก่เนื้อไม่ได้ ต้องใช้การประชาสัมพันธ์ในทุกทางเพื่อสร้างการรับรู้ถึงคุณภาพเนื้อของไก่พื้นเมืองประดู่หางดำ เพื่อสร้างการรับรู้ในคุณภาพเนื้อโภชนาการ และการบริโภคต พร้อมกับการทำแผนการตลาด สำหรับการพัฒนาการจำหน่ายไก่มีชีวิตไปในประเทศเพื่อนบ้าน จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการส่งออก ตลาดในประเทศเพื่อนบ้านมีความต้องการไก่พื้นเมือง(พันธุ์แม้) จำนวนมากและต่อเนื่องตลอดทั้งปี และมีปนวโน้มของราคาที่สูงกว่าตลาดภายในประเทศ จึงจะเพิ่มสัดส่วนการส่งออกไก่พื้นเมืองได้

[1] ศูนย์วิจัยและพัฒนาการปศุสัตว์ที่ 5 เลขที่ 200 หมู่ 7 ตำบลบ้านดู่ อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย 57100
[2] ศูนย์พัฒนาอุตสาหกรรมปศุสัตว์ 122 ถนนห้วยแก้ว ต.ช้างเผือก อ.เมือง จ.เชียงใหม่ โทรศัพท์ 053-213162

Development Marketing and Product Processing of PraduHangdum Indigenous Chicken.

CharanChailungka[1]/* Chainarong Wongsunsri[1]/ Wuttichai Ladkreu[2]

Abstract

The objective of this research was to study the creation of network, connection of production network with marketing of farmers who produce Praduhangdum chicken in Chiangrai province with farmer's network in Northern region and develop the transformation process of products from Praduhangdum chicken in a retort pouch nylon packaging. As well as developing marketing management and products from Praduhangdum chicken. The operation started by creating agricultural network of farmers who produce Praduhangdum chicken in Chiangrai province into 2 different groups consisting of 30 people. Create a production and marketing network links with agricultural network in the Northern region. After that study product transformation by supporting and sponsoring farmers to produce from Praduhangdum chicken into 3 kinds of retort pouch packaging such as; smoked chicken legs, smoked chicken wings and chicken ham. Study was done on live chicken, transform and processed chickens and the following data were collected: market test and information booth advertisement with farmers. This was divided into the selling of the products in local mini marts, gift shops and the opening of booth taste survey of Praduhangdum chicken in abroad market by tasting the chicken, the entrepreneurs who take the products abroad where also surveyed. The project develop production network to be link with marketing network by combining 2 groups of farmers in Phan district. where we have Mr. Prayoon Nasunthorn who produce 19,951 production of chickens per year and Mrs. Yupin Jumpakieng who produce 62, 400 production of chickens per year to manage the production and marketing plan together in order to correct the excess chicken production in the market, fall in price as a result of competition by planning to sell live and frozen chicken in Chiangrai province. In addition, the selling will extend to networks in Phayao province and Lao PDR. The development and processing of products from Chiangmai Praduhangdum chicken are in retort pouch packaging. Chicken ham and smoked chicken wings were produced and were processed at Livestock Industry development centre Chiangmai Province. The chicken breast were

used to produce hams, the wings and legs were used to produce smoked chickens. In terms of developing the management marketing plans of product from native chicken, the project surveyed market in the upper Northern region by dividing the market into upper market, community market and border market. Distribution of products were done by using community market to selling live chickens, gift shop sells retort pouch products and border market sell fresh chickens. The management of farmers' network shows that, in the locality, farmers who produce chicken are almost at the same location if there is no production management, joint marketing may cause competition and cause a negative effect in the locality. This makes network management very important. The development of products into retort pouch shows that, if more than 1.5-kilogram chicken were used in the packaging of retort pouch, there will be loss of high meat weight. It also shows that herbal spices and ingredient used in the steaming and killing of bacteria on the chicken at high temperature changes the taste and aroma of the chicken in retort pouch thereby make it appropriate for the management of large chicken and sticky meat. Suitable products includes as boiled chicken in fish sauce, boiled chicken in soy sauce because there is no mixture of herbal machine. He data collected from abroad market shows that, neighboring countries such as Lao PDR and China need high consumption of chicken but consumer lack understanding about the quality of Praduhangdum chicken. From interview, most of the consumer cannot differentiate between Praduhangdum chicken and other. Information dispersion should be on alert in every area to create awareness on the quality of Praduhangdum chicken in their country in order to increase the amount of exported Praduhangdum chicken.