



วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

ปีที่ 4 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2555 ISSN 1906 - 7062

การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารจากสุกรพื้นเมืองเป็นอาชีพเสริม ของเกษตรกรรายย่อยในจังหวัดบุรีรัมย์

Development of Food Products from Native Swine Meat
As a Supplementary Occupation of Small-Scale Farm
Holders in Buriram Province

ผศ.นสพ.ดร.ดำรง กิตติชัยศรี¹

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์อาหารจากสุกรพื้นเมืองในจังหวัดบุรีรัมย์ 2) ศึกษาวิธีการทำผลิตภัณฑ์อาหารจากสุกรพื้นเมืองที่ผู้บริโภคนิยมในจังหวัดบุรีรัมย์ และ 3) พัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารจากสุกรพื้นเมืองเป็นอาชีพเสริมของเกษตรกรรายย่อยในจังหวัดบุรีรัมย์ กลุ่มเป้าหมายประกอบด้วย ผู้ค้าร้านขนาดกลาง ร้านเล็ก และรถเข็น รวม 9 ราย ผู้ชอบบริโภคและผู้ไม่ชอบบริโภครวม 50 ราย และผู้เลี้ยงสุกรพื้นเมือง 12 ราย เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก การจัดเวทีร่วมมือ การทดลองผลิต การทดสอบความพึงพอใจ และทดลองขาย วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ร้อยละ และการวิเคราะห์เนื้อหา ผลวิจัยพบว่า 1) ผู้ชอบบริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ชอบเพราะมีรสชาติอร่อย หากินได้ยาก ผู้ไม่ชอบบริโภคเพราะ กลัวกินแล้วแพ้ มีโรคพยาธิ และเนื้อเหนียว รายการที่ชอบคือ ผัดเผ็ดหมูป่า และหมูป่าย่าง ส่วนใหญ่สั่งเป็นราดข้าวจานเดียว ราคา 35-40 บาทต่อจาน กรณีรถเข็นส่วนใหญ่สั่งเป็นชิ้นแล้วหั่นย่อย ราคา 60-80 บาทต่อชิ้น มื้อที่สั่งส่วนใหญ่เป็นมื้อเย็น ความถี่ในการซื้อ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ 2) วิธีการทำ “ผัดเผ็ดหมูป่า” คือ เตรียมน้ำซุ๊ป ตำกระเทียมพอแหลก หั่นเนื้อหมูเป็นชิ้นๆ จากนั้นตั้งกระทะไฟอ่อนใส่น้ำมันพืช เมื่อน้ำมันเริ่มร้อนให้ใส่พริกแกงคลุกให้เข้ากัน ใส่เนื้อหมู เพิ่มไฟแรงขึ้น คลุกเคล้าให้ทั่วอีกครั้ง ทอยยใส่น้ำปลา กระชายหั่นฝอย น้ำตาลทราย ใบมะกรูด พริกสด ตามด้วยน้ำซุ๊ป ตั้งทิ้งไว้จนสุกแล้วขึ้นใส่จาน ส่วนวิธีการทำ “หมูป่าย่าง” คือ นำซอสปรุงรส น้ำตาลทราย กระเทียมทุบผงปรุงรส เกลือ และพริกไทยป่น มาผสม กันเพื่อเตรียมน้ำหมัก จากนั้นนำไปหมักกับชิ้นเนื้อ 1 ชั่วโมง

¹ สาขาสัตวศาสตร์ คณะเทคโนโลยีการเกษตร มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ บุรีรัมย์ 31000



แล้วอย่างบนเตาถ่านไฟปานกลาง พบข้อด้อยคือ หนังเหนียว รสเค็ม และเนื้อแข็งกระด้างเมื่อเย็น และ 3) จากการทดลองพบว่า “ผัดเผ็ดหมูป่า” มีการพัฒนาวิธีการทำโดยใส่ผงขี้ดหรือกะทิเล็กน้อย จุดเด่นคือ เนื้อนุ่มกำลังดี หนังกรอบกรอบ มีรสชาติเผ็ดอร่อยและหอม กรณี “หมูป่าย่าง” มีการพัฒนาวิธีการทำโดยใส่ผงหมักเนื้อนุ่ม งาขาว และน้ำผึ้ง จุดเด่นคือ รสชาติเข้มข้น เค็ม หวาน และกลิ่นหอม

คำสำคัญ : ผลิตภัณฑ์อาหาร สุกรพื้นเมือง อาชีพเสริม เกษตรกรรายย่อย

ABSTRACT

The objectives of this research are 1) to study the consumers' behaviors and needs for food products from native swine meat in Buriram province, 2) to study how to make food products from native swine meat, and 3) to develop food products from native swine meat as a supplementary occupation of small-scale farm holders in Buriram province. The target groups were 9 female cooks of the medium size food shop, small size food shop and food vendors; 25 consumers and 25 non-consumers of food products from native swine; and 12 native swine raisers. The research tools consisted of in-depth interview form, outcome of cooperative members meetings, productive experimentations and satisfactions test including trying sale out. The data were analyzed by the percentage and content analysis. The research findings revealed; 1) most consumers were males and liked the products because of delicious taste and rare menu. Non-consumers felt of fearing allergy, worms and sticky muscle. The products were such as “Pat Pet Moo-Pa” (Hot fried pork) and “Moo-Pa Yang” (Grilled pork). Most frequent orders were rice tapped with hot fried pork, for 35-40 Baht a dish; In case of food vender, most orders were medium size grille pork sliced, for 60-80 Baht a piece. Most customers ordered the food for dinner with the frequency of twice a week; 2) the method of cooking “Pat Pet Moo-Pa” was to prepare soup stock, pounded garlic, slice pork into small thin pieces; then put the pan on the stove with the low temperature,



and add vegetable oil. When the oil beginning to warm up, add some curry chili paste and stir well; add pork, increased the stove temperature, and stirred well again; added fish sauce, finely sliced “Finger roots”, sugar, Kirfir leaves, sliced green chilies, and soup stock; kept on the stove until we are well cooked and put on top of the rice; while the cooking method of “Moo-Pa Yang.”, was to mix seasoning sauce, sugar, pounded garlic, seasoning powder, salt and pepper powder for marinating the meat loaf and kept marinating for one hour; then put it on the charcoal stove with medium temperature; the result turned out that the meat was sticky and salty and became stiff when it became cold; and 3) from the cooking experiment it was found the food product of “Pat Pet Moo-Pa” was improved by adding pure milk or coconut cream; to make the meat tender, the skin was crispy with chili-hot, the product was tasty and smell good. In case of “Moo-Pa Yang.”, the product was improved by adding meat tenderized powder, white sesames seeds, and honey; as a result, the flavor was strong, salty, sweet, and good smell.

Key words : Food Products, Native Swine, Supplementary Occupation, Small-Scale Farm Holders



บทนำ

ประเทศไทยมีผู้ถือครองทำการเกษตร 5.8 ล้านครัวเรือนหรือร้อยละ 32.4 ของทั้งประเทศ ในจำนวนนี้ 2.7 ล้านครัวเรือนอยู่ในภาคตะวันออก เฉียงเหนือ มีรายได้ครัวเรือนเฉลี่ย 12,995 บาท ต่อเดือน รายจ่ายครัวเรือนเฉลี่ย 11,939 บาท ต่อเดือน หนี้สินครัวเรือนเฉลี่ย 105,006 บาท ซึ่งภาคอีสานมีรายได้ครัวเรือนเฉลี่ยต่ำสุด เมื่อเทียบกับภาคอื่นๆ ของประเทศไทย อาชีพด้านเกษตรกรรม ประกอบด้วย ทำนา ทำไร่ ทำสวน และเลี้ยงสัตว์ เกษตรกรที่มีรายได้จากการเกษตรอย่างเดียวมีเพียงร้อยละ 23.6 และมีรายได้จากการเกษตรและอาชีพเสริมอื่นๆ ร้อยละ 76.4 (สถิติแห่งชาติ, 2553) บางช่วงมีปัญหาภัยแล้ง ผลผลิตตกต่ำจะมีการเคลื่อนย้ายแรงงานเข้าสู่เมืองเพิ่มขึ้นและเกิดปัญหาสังคมตามมารัฐบาลหลายสมัยมีนโยบายพยายามกระจายอำนาจจากส่วนกลางลงสู่ท้องถิ่นในหลายรูปแบบ มีการจัดตั้งองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เช่น องค์การบริหารส่วนตำบล ซึ่งใกล้ชิดกับชาวบ้านเพื่อพัฒนาท้องถิ่นนั้นๆ การส่งเสริมการประกอบอาชีพเสริมเป็นวิธีหนึ่งที่ช่วยให้ชาวบ้านโดยเฉพาะอย่างยิ่งในเกษตรกรรายย่อยที่ยากจนให้มีความมั่นคงด้านอาหารและรายได้เพิ่มขึ้น ลดการเคลื่อนย้ายแรงงานจากชนบทเข้าสู่เมือง ลดปัญหาด้านสังคม ส่งผลต่อการยกระดับคุณภาพชีวิตนำมาซึ่งความเข้มแข็งของชุมชนและความเจริญรุ่งเรืองของประเทศ ทางเลือกหนึ่งของการส่งเสริมการประกอบอาชีพเสริมของเกษตรกรรายย่อยที่เหมาะสมคือ อาชีพที่เกี่ยวข้องกับอาชีพเกษตรกรรมที่มีอยู่แล้วและไม่กระทบต่ออาชีพหลักเดิมโดยดำเนินชีวิตภายใต้

กรอบปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงซึ่งทำให้เกิดความยั่งยืน ตัวอย่างเช่น การนำสินค้าเกษตรมาแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าและรองรับผลผลิตส่วนเกินโดยใช้เทคโนโลยีชาวบ้าน มีกรรมวิธีการผลิตที่สอดคล้องกับสุขอนามัย ได้รับการยอมรับและสินค้าตรงตามความต้องการของตลาด ทั้งนี้ อาจอยู่ในรูปครัวเรือน หรือเกิดการรวมเป็นกลุ่มแม่บ้านและสร้างเครือข่ายต่อไปในอนาคต

การเลี้ยงสุกรพื้นเมืองเป็นอาชีพเสริมอย่างหนึ่งของเกษตรกรรายย่อยในจังหวัดบุรีรัมย์ใช้เป็นอาหารโปรตีนที่สำคัญของครัวเรือนช่วยลดรายจ่าย เป็นรายได้เมื่อขาย และได้ปุ๋ยคอกเป็นผลพลอยได้ (ดำรง กิตติชัยศรีและคณะ, 2553) กรณีที่มีการขยายการเลี้ยงสุกรพื้นเมืองและมีผลผลิตเหลือจากการบริโภคจากครัวเรือนหรือจากกลุ่มผู้เลี้ยงในหมู่บ้านอาจเกิดปัญหาด้านการตลาด ทำให้ถูกกดราคารับซื้อเช่นเดียวกับสินค้าเกษตรชนิดอื่นๆ ดังนั้น การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารที่ทำจากเนื้อสุกรพื้นเมือง เพื่อเป็นอาชีพเสริมของผู้เลี้ยงรายย่อยในท้องถิ่น จึงเป็นการสร้างตลาดรองรับผลผลิตหมูพื้นเมืองในอนาคตและเป็นการเพิ่มมูลค่าของผลผลิต จัดเป็นการบูรณาการอย่างครบวงจรตั้งแต่เลี้ยงสุกร แปรรูป จนถึงขายด้วยเกษตรกรเอง บนพื้นฐานปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงได้แก่ มีความพอเพียง มีเหตุผล มีภูมิคุ้มกันตนเอง บนเงื่อนไขความรู้รอบรู้ และมีคุณธรรม (Morality) ตามลำดับขั้นของทฤษฎีใหม่ ช่วยให้ตนเองเข้มแข็งอย่างยั่งยืน มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น (สำนักงานคณะกรรมการพิเศษเพื่อประสานงานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ (กปร.). 2551)



อย่างไรก็ตาม การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารจากสุกรให้เป็นอาชีพเสริมของเกษตรกร เคยมีรายงานในกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านน้อยสามัคคี จังหวัดนครราชสีมา (ภูวนัย บุญสถิตย์, 2550) ทำผลิตภัณฑ์แปรรูปเนื้อสุกรประเภท ไส้กรอก กุนเชียง แหนมหนัง และหมูแดดเดียว โดยใช้วัตถุดิบเป็นเนื้อสุกรพันธุ์ต่างประเทศทำให้มีต้นทุนสูง เมื่อเทียบกับสุกรพื้นเมือง มีกำไรสุทธิเพียงร้อยละ 10.46 หรือขาดทุนเมื่อคิดค่าดอกเบี้ยและค่าเช่าที่ดิน และยังต้องพึ่งพิงตลาดนอกชุมชนถึงร้อยละ 34.74 นอกจากนี้กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านนาจารย์ จังหวัดกาฬสินธุ์ (ปิยพร แดนสีแก้ว, 2551) ทำผลิตภัณฑ์แปรรูปเนื้อสุกรประเภท หมูทุบ หมูเค็ม และหนังหมูกรอบ มีกำไรร้อยละ 13.63-51.52 ทั้งสองกรณีพบปัญหาด้านวัตถุดิบ ช่องทางจำหน่าย ความต่อเนื่องของผลิตภัณฑ์ และการพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ อย่างไรก็ตาม การทำผลิตภัณฑ์จากสุกรพื้นเมืองเพื่อเป็นอาชีพเสริม

โดยขายเป็นรายย่อยเดี่ยวๆ เน้นตลาดในพื้นที่และตลาดใกล้เคียง รวมทั้งการศึกษาข้อมูลในเชิงลึกด้านพฤติกรรมผู้บริโภคและความต้องการของผู้บริโภคเองที่มีต่อผลิตภัณฑ์อาหารจากสุกรพื้นเมืองยังไม่เคยมีรายงานการวิจัย ประกอบกับการศึกษาวิจัยต่อยอดให้เป็นการบูรณาการอย่างครบวงจรตั้งแต่ผลิตวัตถุดิบ (เนื้อสุกรพื้นเมือง) แปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์อาหาร และขายโดยเกษตรกรรายย่อยเอง เป็นการเตรียมตลาดรองรับให้ผู้เลี้ยงเพิ่มมูลค่าโดยการแปรรูป สร้างความยั่งยืนให้กลุ่มผู้เลี้ยงสุกรพื้นเมือง จึงมีความจำเป็นต้องทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารจากสุกรพื้นเมืองให้เป็นอาชีพเสริมของเกษตรกรรายย่อยในจังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะได้ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาส่งเสริมอาชีพให้เกษตรกรที่สนใจต่อไป



วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์อาหารจากสุกรพื้นเมืองในจังหวัดบุรีรัมย์
2. เพื่อศึกษาวิธีการทำผลิตภัณฑ์อาหารจากสุกรพื้นเมืองที่ผู้บริโภคนิยมในจังหวัดบุรีรัมย์
3. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารจากสุกรพื้นเมืองเป็นอาชีพเสริมของเกษตรกรรายย่อยในจังหวัดบุรีรัมย์

วิธีการศึกษา

การวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) แบ่งเป็น 3 ตอนคือ

1) การศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์อาหารจากสุกรพื้นเมืองในจังหวัดบุรีรัมย์ โดยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึกที่ผ่านผู้เชี่ยวชาญแล้ว ผู้ค้าร้านค้าขนาดกลาง ร้านเล็กและรถเข็น รวม 9 ราย ผู้ชอบบริโภคและผู้ไม่ชอบบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารจากสุกรพื้นเมืองรวม 50 ราย และสมาชิกผู้เลี้ยงสุกรพื้นเมือง 12 ราย ซึ่งอยู่ในอำเภอเมืองและอำเภอลำปลายมาศ จังหวัดบุรีรัมย์

2) การศึกษาวิธีการทำผลิตภัณฑ์อาหารจากสุกรพื้นเมืองที่ผู้บริโภคนิยม ในจังหวัดบุรีรัมย์ โดยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึกที่ผ่านผู้เชี่ยวชาญสัมภาษณ์ผู้ค้ากลุ่มเดิม วิเคราะห์ข้อมูลทั้งสองตอนโดยใช้ค่าร้อยละและการวิเคราะห์เนื้อหา

3) การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารจากสุกรพื้นเมืองที่ผู้บริโภคนิยมในจังหวัดบุรีรัมย์ เป็นการนำผลิตภัณฑ์อาหารจากสุกรพื้นเมืองที่ได้จากตอนที่ 2 มาพัฒนาต่อเนื่องโดยการจัดเวที

ร่วมมือ เพื่อค้นหาสูตรและวิธีการทำร่วมกันโดยสมาชิกกลุ่มผู้เลี้ยงสุกรพื้นเมืองบ้านสี่เหลี่ยมใหญ่ และผู้เชี่ยวชาญด้านอาหาร จากนั้นทดลองสูตรและวิธีการทำที่ได้แล้วนำไปทดสอบความพึงพอใจในรสชาติของกลุ่มอาสาสมัครจำนวน 20 ราย จนเป็นที่ยอมรับไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 จากนั้นดำเนินการผลิตและนำไปทดสอบความพึงพอใจกับผู้บริโภคจำนวน 60 ราย จนมีความพึงพอใจไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ต่อจากนั้นนำสูตรและวิธีการทำอาหารทั้งสองรายการไปดำเนินการเพื่อทดลองขายจริงโดยสมาชิกผู้เลี้ยงสุกรพื้นเมือง จำนวน 3 ราย ใช้เนื้อสุกรพื้นเมืองในการทำผลิตภัณฑ์อาหารรายการละ 1 กิโลกรัมต่อวันนานติดต่อกัน 3 วัน และสอบถามความพึงพอใจลูกค้าทุกราย

ผลการศึกษา

ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศชายร้อยละ 92 ช่วงอายุ 10 - 49 ปี การศึกษาและอาชีพมีทุกระดับ ผลิตภัณฑ์อาหารจากสุกรพื้นเมืองที่นิยมมาก 2 ลำดับแรก คือ ผัดเผ็ดหมูป่า และหมูป่าย่าง ส่วนใหญ่สั่งเป็นราดข้าวจานเดียว ราคา 35-40 บาทต่อจาน กรณีรถเข็นส่วนใหญ่สั่งเป็นชิ้นแล้วหั่นย่อย ราคา 60-80 บาทต่อชิ้น มื้อที่สั่งส่วนใหญ่เป็นมื้อเย็น ความถี่ในการซื้อ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ 2) วิธีการทำ “ผัดเผ็ดหมูป่า” คือ เตรียมน้ำซุ๊ป ตำกระเทียมพอแหลก หั่นเนื้อหมูเป็นชิ้นๆ จากนั้น ตั้งกระทะไฟอ่อนใส่น้ำมันพืช เมื่อน้ำมันเริ่มร้อนให้ใส่พริกแกงคลุกให้เข้ากัน ใส่เนื้อหมู เพิ่มไฟแรงขึ้นคลุกเคล้าให้ทั่วอีกครั้ง หอยยใส่น้ำปลา กระชายหั่นฝอย น้ำตาลทราย

ใบมะกรูด พริกสด ตามด้วยน้ำซूप ตั้งทิ้งไว้จนสุกแล้วยกขึ้นใส่จาน ส่วนวิธีการทำ “หมูป่าอย่าง” คือนำซอสปรุงรส น้ำตาลทราย กระเทียมทุบ ผงปรุงรส เกลือ และพริกไทยป่น มาผสมกันเพื่อเตรียมน้ำหมัก จากนั้นนำไปหมักกับชิ้นเนื้อ 1 ชั่วโมง แล้วย่างบนเตาถ่านไฟปานกลาง พบข้อด้อยคือ หนักรสเค็ม และเนื้อแข็งกระด้างเมื่อเย็น และ 3) การพัฒนาสูตร “ผัดเผ็ดหมูป่า” มีการพัฒนาวิธีการทำโดยใส่ผงจืดหรือกะทิเล็กน้อย จุดเด่นคือ เนื้อนุ่มกำลังดี หนักรับรอบ มีรสชาติเผ็ดอร่อยและหอม กรณี “หมูป่าอย่าง” มีการพัฒนาวิธีการทำโดยใส่ผงหมักเนื้อนุ่ม งาขาว และน้ำผึ้ง จุดเด่นคือ รสชาติเข้มข้น เค็ม หวาน และหอมมัน เมื่อนำไปทดลองขายจริงพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจเฉลี่ยมากกว่าร้อยละ 80

สูตรรายการอาหาร “ผัดเผ็ดหมูป่า” ที่ได้รับการพัฒนา (ภาพที่ 1-4) มีดังนี้ เนื้อหมูพื้นเมืองหรือหมูป่าหั่นเป็นชิ้นเล็กๆ ตัดหนัง 1 ชีด พริกแกง 1 ช้อนโต๊ะ พริกไทยสด 3 พวง นมจืด 2 ช้อนโต๊ะ พริกสด 3-4 เม็ด ใบมะกรูดฉีกเป็นชิ้นๆ 2-3 ใบ กระชายหั่นฝอย 1 ถ้วยเล็ก ผงปรุงรส ตรารสดี (ใช้ทำน้ำซूपปรุงรส 1 ถ้วยใหญ่) 1 ชองเล็ก กระเทียมทุบพอแหลก 10 กลีบ น้ำมันพืช ½ ถ้วยเล็ก เติมน้ำตาลทราย น้ำปลา พริกไทยป่นตามความต้องการ

สูตรรายการอาหาร “หมูป่าอย่าง” ที่ได้รับการพัฒนา (ภาพที่ 5-8) มีดังนี้ เนื้อหมูพื้นเมืองหรือหมูป่าสด แล่เป็นชิ้นใหญ่ หนา 1 เซนติเมตร ตัดหนัง 3 กิโลกรัม ผงหมักเนื้อนุ่ม 2 ชีด ซอสปรุงรส ตรารสดีของฝาชีเขียว ½ ขวดใหญ่ น้ำตาลทราย 1 กิโลกรัม กระเทียมบด 1 กิโลกรัม งาขาว 1 ชีด ผลปรุงรสตรารสดีของเล็ก 2 ชีด เกลือ 140 กรัม พริกไทย ½ ถ้วย น้ำผึ้ง 1 ถ้วย



ภาพที่ 1 เครื่องปรุง “ผัดเผ็ดหมูป่า”



ภาพที่ 2 เนื้อหมูป่าหั่นชิ้นบางๆ ตัดหนัง



ภาพที่ 3 ใส่เครื่องปรุง



ภาพที่ 4 หมูป่าผัดเผ็ดเสิร์ฟ



ภาพที่ 5 เนื้อหมูแต่เป็นชิ้น



ภาพที่ 6 เครื่องหมักที่ผสมแล้ว



ภาพที่ 7 หมักเนื้อหมูป่า



ภาพที่ 8 ย่างบนเตาถ่าน



สรุปและวิจารณ์

ผู้บริโภคที่ชอบรับประทานผลิตภัณฑ์อาหารจากสุกรพื้นเมืองส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ช่วงอายุ 10 - 49 ปี เนื่องจากเพศชายชอบอาหารที่แปลก ไม่จำเจมากกว่าเพศหญิง กลุ่มอายุ 50 ปีขึ้นไป มีสภาพฟันไม่สามารถเคี้ยวผลิตภัณฑ์อาหารจากสุกรพื้นเมืองได้นัดเพราะมีความเหนียวพอควร (บุญเลี้ยง สระแก้ว, 2554 ; สัมฤทธิ์ กระแสโท, 2554) ผู้บริโภคที่ชอบมีทุกระดับการศึกษาและสาขาอาชีพ ซึ่งทำให้สามารถเพิ่มกลุ่มลูกค้าได้ ผู้บริโภคที่ไม่ชอบเป็นเพศหญิงทั้งหมด ช่วงอายุ 40-49 ปี ให้เหตุผลว่า กลัวว่ากินแล้วจะเกิดอาการแพ้โดยพูดภาษาเขมรท้องถิ่น ซึ่งเป็นความเชื่อต่อๆ กันมา (โบริง ทรงศิริ, 2554)

รายการอาหารที่นิยมสองลำดับแรก คือ ผัดเผ็ดหมูป่า และหมูป่าย่าง กรณีเป็นร้านอาหารส่วนใหญ่จะสั่งอาหารเป็นประเภทราดข้าวจานเดียว และมือที่สั่งรับประทานมักเป็นมือเย็นและมือเที่ยง เนื่องจาก สะดวก ไม่ต้องรอนาน ราคาถูก กรณีสั่งเป็นกับข้าวจานหรือถุ้งแล้วนำกลับไปรับประทานที่บ้านจะเป็นแม่บ้านพ่อบ้านและเป็นอาหารมือเย็น ซึ่งสอดคล้องกับเวลาเปิดของร้านอาหารส่วนใหญ่จะเปิดมือเที่ยงเป็นต้นไป ยกเว้นกรณีรถเข็นจะขายตามแหล่งชุมชน ตลาดนัด สั่งเป็นหมูป่าย่าง หั่นชิ้นเล็กๆ แล้วนำกลับไปรับประทานที่บ้านเป็นอาหารมือเย็น ซึ่งมักจะเป็นแม่ค้าที่ซื้อกันเป็นประจำ ไว้ใจด้านความสะอาด ถ้าเป็นไม้เสียบจะซื้อแล้วรับประทานทันทีส่วนใหญ่เป็นลูกค้าที่มีรายได้น้อยซื้อครั้งละ 15-60 บาท ส่วนผัดเผ็ดหมูป่าจะสั่งซื้อเป็นราดข้าวจานเดียว 35-40 บาท

ต่อจาน สั่งซื้อเป็นกับข้าวราคา 60-90 บาทต่อถุ้งหรือจาน และสั่งซื้อเป็นหมูป่าอย่างตามร้าน 100-120 บาทต่อจาน กรณีหมูป่าอย่างรถเข็น 60-80 บาทต่อชิ้นใหญ่หนักประมาณ 1 ชีด และ 15-20 บาทต่อไม้เสียบ ความถี่ในการซื้อบริโภคทุกชนิดประมาณ 1-3 ครั้งต่อเดือน

เทคนิคที่ช่วยให้อาหารมีรสชาติดี ซึ่งเป็นลักษณะเฉพาะตัวในแต่ละแม่ครัว คือ (1) การเลือกใช้เนื้อหมูพื้นเมืองสดใหม่ ถ้าใช้เนื้อหมูรมควัน ไม่ควรเก็บไว้นาน แข็ง ชืด หรือมีกลิ่นเหม็นสาบ เวลาผัดก็ใช้เวลาานกว่าปกติเพื่อให้เนื้อหมูนุ่มขึ้น (สระสร้อยทองกลาง, 2554) ถ้าเป็นเนื้อหมูแช่แข็งควรนำออกมาที่อุณหภูมิห้องก่อนนำไปผัด เพื่อให้ น้ำแข็งในกล้ามเนื้อละลายเสียก่อน จากนั้นเซลล์กล้ามเนื้อจะดูดซับของเหลวกลับเข้าไปในเซลล์ ทำให้ได้ลักษณะของเนื้อที่นุ่มฉ่ำกว่าเนื้อที่ไม่ได้ผ่านการละลายน้ำแข็งก่อน (จินตนา แจ่มเมฆ และคณะ, 2543) (2) เครื่องปรุงต้องใส่เต็มที่ เนื่องจากเนื้อสุกรพื้นเมืองอาจมีกลิ่นสาบบ้าง เนื้อค่อนข้างเหนียวจึงเหมาะกับอาหารที่มีรสจัดจ้าน ดังนั้นจึงต้องใส่เครื่องปรุงต่างๆ ให้มากเพื่อกลบกลิ่นและเพิ่มจุดเด่น เน้นความต่างให้ต่างจากเนื้อหมูธรรมดา (หทัยชนก ลุนเพ็ง, 2554) (3) ไม่ควรใช้ไฟแรงเกินไปจะทำให้มีกลิ่นไหม้ รสขม กรณีหมูป่าอย่างต้องใช้เตาถ่าน ไฟไม่ควรแรงเกินไป เพราะจะทำให้เนื้อหมูไหม้ เนื้อข้างในสุกไม่สม่ำเสมอ (บุญสอน เลิศรส, 2554) (4) ใส่กะทิ หรือนมจืดเล็กน้อยในผัดเผ็ดหมูป่า เพื่อให้มีรสชาติกลมกล่อม มันขึ้นอย่าใส่มากเกินไปจะทำให้รสจัดจ้านลดลง ใส่หน้าผัสดองและงาขาวในสูตรน้ำหมักหมูป่าอย่าง จะทำได้



รสชาติที่หอมหวานขึ้น และมีความน่ารับประทานยิ่งขึ้น (อภิญา ตราชู, 2554) (5) หมูป่าอย่างควรรับประทานขณะร้อนๆ ถ้าทิ้งไว้ให้เย็น เนื้อจะแข็งกระด้าง ควรใส่ผงหมักเนื้อนุ่มหรือย่างมะละกอในสูตรน้ำหมัก เนื้อจะนุ่มขึ้น (สำลี ปานจิตร, 2554) (6) รสชาติต้องคงที่ เมื่อรสชาติถูกปากลูกค้าแล้วควรจดจำและนำเสนอรสชาติให้คงที่ สม่ำเสมอในแต่ละครั้งที่ปรุงอาหาร โดยเฉพาะลูกค้าขาประจำ (สำลี ปานจิตร, 2554) (7) เน้นความสะอาดช่วยให้ลูกค้ามีความมั่นใจในรายการอาหารจากเนื้อสุกรพื้นเมืองมากขึ้น (8) เพิ่มปริมาณอาหารแต่ราคายังเท่าเดิม (9) ลดความเผ็ดลงจะรับประทานได้ทุกว่า หรือสอบถามความต้องการของลูกค้าก่อนจะได้ฐานลูกค้ากว้างขึ้น (บังอร แหงสูงเนิน, 2554) (10) แนะนำรายการอาหารให้ลูกค้าและเพิ่มรายการอาหารให้มีมากขึ้น เพื่อเพิ่มโอกาสการได้ลูกค้าเพิ่มขึ้น (สุดาพร กุลชลบุตร, 2549) (11) ร้านขายต้องอยู่ในแหล่งชุมชน มีป้ายรับรองร้านค้าสะอาด อาหารอร่อยจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและมีป้ายโฆษณาเชิญชวนให้ลองซื้อ ซึ่งสอดคล้องกับการจัดการส่วนประสมการตลาดที่ดี ซึ่งประกอบด้วยตัวรายการอาหาร ราคา ช่องทางจำหน่าย และส่งเสริมการขาย (สุดาพร กุลชลบุตร, 2549)

ข้อเสนอแนะ

1. ควรให้หน่วยงานในพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกำกับดูแลควบคุมผลิตภัณฑ์อาหารออกใบรับรองให้กับผลิตภัณฑ์อาหารจากสุกรพื้นเมืองที่พัฒนาขึ้นด้วยทุกรายการ

2. ควรวิจัยและพัฒนารายการผลิตภัณฑ์อาหารจากสุกรพื้นเมืองให้มีความหลากหลายมากขึ้น เพื่อให้ผู้บริโภคมีโอกาสเลือกเพิ่มขึ้น

3. ควรพัฒนาเครือข่ายผู้เลี้ยงสุกรพื้นเมืองให้มีกระบวนการเลี้ยงที่เหมาะสม ผลิตเนื้อสุกรพื้นเมืองที่มีคุณภาพน่าเชื่อถือ ถูกสุขอนามัย และเพียงพอต่อความต้องการของตลาด



กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณคณะกรรมการที่ปรึกษา : ศาสตราจารย์ ดร.เกษม จันทรแก้ว ศาสตราจารย์
ดร.ชาญวิทย์ วัชรพุก และสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ที่สนับสนุนทุนวิจัย

เอกสารอ้างอิง

- จินตนา แจ่มเมฆ และคณะ. (2543). วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการอาหาร. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัย
เกษตรศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ.
- ดำรง กิตติชัยศรี และคณะ. (2553). การพัฒนารูปแบบการเลี้ยงสุกรพื้นเมืองตามปรัชญา
ของเศรษฐกิจพอเพียงของเกษตรกรรายย่อยในลุ่มน้ำโขงตอนล่างโดยกระบวนการ
มีส่วนร่วม. รายงานวิจัย สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.
- ปิยพร แดนสีแก้ว. (2551). การจัดการธุรกิจแปรรูปเนื้อสุกรของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านนาจารย์
อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์. รายงานการศึกษาอิสระปริญญาวิทยาศาสตร
มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- ภูวนัย บุญสถิต. (2550). การจัดการธุรกิจผลิตภัณฑ์เนื้อสุกรของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านน้อย
สามัคคี อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา. รายงานการศึกษาอิสระปริญญาวิทยาศาสตร
มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- สุตาพร กุณฑลบุตร. (2549). หลักการตลาดสมัยใหม่. โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ.
- สำนักงานคณะกรรมการพิเศษเพื่อประสานงานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ (กปร.).
(2551). การประกวดผลงานตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง. อรุณการพิมพ์. กรุงเทพฯ.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2553). สรุปผลการสำรวจการเปลี่ยนแปลงทางการเกษตร พ.ศ.2551.
กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (Online) available:
<http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/service/survey/agrichange.pdf>
ค้นเมื่อ 25 มิถุนายน 2553