

ภูมิปัญญาการผลิต “ไก่หมอและ” ของชุมชนทุ่งปลา จังหวัดปัตตานี

จริยา สุขจันทร์* นพรัตน์ วงศ์หิรัญเดชา** และ วิศิษฐ์ เกตุปัญญาพงศ์*

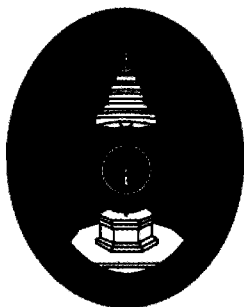
บทคัดย่อ

“ไก่หมอและ” เป็นอาหารประจำถิ่นของจังหวัดปัตตานี เกิดจากการสังสรรค์และถ่ายทอดภูมิปัญญา มาอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันอาหารชนิดนี้กำลังกลายเป็นอาหารที่หารับประทานได้ยาก เนื่องจากปัจจัย การเปลี่ยนแปลงทางสังคมด้านต่าง ๆ จึงได้ทำการสำรวจประวัติความเป็นมาของตำรับ กรรมวิธีการปรุง สถานการณ์การจำหน่ายในปัจจุบัน ตลอดจนระดับความชอบของผู้บริโภคที่มีต่ออาหารชนิดนี้ โดยการสืบค้นจากเอกสาร สอบถาม จัดเวทีประชาคม สัมภาษณ์ และเข้าสังเกตการณ์ในพื้นที่จริง ของชุมชนทุ่งปลา ซึ่งเป็นที่รู้จักกันดีว่ามีผู้ปรุงและจำหน่ายไก่หมอและมากที่สุดแห่งหนึ่งของจังหวัดปัตตานี และการทดสอบทางประสาทสัมผัสแบบ 9-point Hedonic scale ในกลุ่มผู้บริโภคทั่วไปจำนวน 242 คน ผลปรากฏว่า ตำรับไก่หมอและเป็นภูมิปัญญาที่ได้รับการถ่ายทอดแบบบอกเล่าในครอบครัว สันนิษฐาน ว่ามีการสืบทอดมายาวนานกว่า 100 ปี โดยผู้ปรุงที่เป็นชาวไทยมุสลิมเชื้อสายมลายู ปัจจุบันชุมชนทุ่งปลา มีผู้จำหน่ายไก่หมอและจำนวน 30 ครัวเรือน ผู้จำหน่ายส่วนใหญ่มีอายุมากกว่า 50 ปี และจำนวน ครัวเรือนที่มีผู้สืบทอดตำรับมีไม่ถึงครึ่งหนึ่ง คือ ร้อยละ 46.7 แสดงให้เห็นว่าคนรุ่นใหม่ของชุมชน มีแนวโน้มหันไปประกอบอาชีพอื่น นอกจากนี้พบว่าผู้จำหน่ายส่วนใหญ่มีรายได้ต่อวันค่อนข้างต่ำ นั่นคือ อยู่ในช่วง 200-300 บาท อีกทั้งปัญหาด้านต่าง ๆ คือ ราคาวัตถุดิบสูงขึ้น ปริมาณการขายลดน้อยลง อายุการเก็บสั้น ลักษณะการขายแบบเร่ขายทำให้มีข้อจำกัดในการขยายกำลังการผลิต รวมทั้งปัญหา เรื่องโรคไข้หวัดนก และสถานการณ์ความไม่สงบในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ล้วนทำให้จำนวนผู้จำหน่าย ลดลง แต่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้คะแนนความชอบไก่หมอและอยู่ในระดับชอบมากถึงชอบมากที่สุดถึงร้อยละ 52.9 จึงควรมีการสนับสนุนหรือรณรงค์ให้ผู้จำหน่ายของชุมชนเกิดการรวมกลุ่มกันในการต่อรองซื้อขาย ขยายตลาดในการจำหน่ายเพิ่มมากขึ้น ซึ่งน่าจะเป็นแนวทางในการอนุรักษ์ภูมิปัญญาการผลิตไก่หมอและ ให้คงอยู่กับชุมชน

คำสำคัญ : ไก่หมอและ ภูมิปัญญา ตำรับ ผู้บริโภค การทดสอบทางประสาทสัมผัส

*คณะวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและการเกษตร มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

**คณะเทคโนโลยีการเกษตร มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา



Local Wisdom of Production “Kai-Kholae” from Toongpla Community Pattani Province

Jariya Sukjantra* Nopparat Vonghirundacha** and Wisit Ketpanyapong*

ABSTRACT

Kai-Kohlae is a kind of primitive local foods in Pattani province but it is not available easily in the present. To sustain this traditional recipe, the information of Kai-Kohlae was investigated by reviewing literature, observing and interviewing persons in Toongpla area, a region in Pattani province where Kai-Kohlae is still well-known and available. It was found that Kai-Kohlae has been a secret recipe of Thai-Malay families since 100 years ago, but no evidence about the origin of this recipe. In Toongpla area, there were 30 producers who were older than 50 years old but only 46.7 % of them kept this business to be going on. In addition, this career was no interested because of low income (200 – 300 baht a day), short shelf-life of products, expensive raw materials, low demands, bird flu crisis, and unrest situation of three Southern border provinces. However, this survey showed that 52.9 % of 242 consumers preferred this recipe to a great extent. It, therefore, should be conserved, supported, and promoted for the beneficiary of producers in the communities as well as the consumers of this tasty Kai-Kohlae.

Keywords : Kai-Kohlae Wisdom Recipe Consumer Sensory evaluation

*Faculty of Sciences, Tecnology and Agriculture Yala Rajabhat University

**Faculty of Technology and Agriculture SongKhala Rajabhat University

บทนำ

ประชากรส่วนใหญ่ของสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ นับถือศาสนาอิสลาม มีขนบธรรมเนียมประเพณี และวิถีชีวิตเป็นแบบของตนเองแตกต่างจากภูมิภาคอื่นๆ ในประเทศไทย ทำให้เกิดวัฒนธรรมที่มีลักษณะจำเพาะทั้งทางด้านการแต่งกาย ภาษาพูด และสเนียมในการบริโภคอาหาร ซึ่งล้วนมีวิวัฒนาการมาจากการดำรงชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไป และการรับวัฒนธรรมมาจากประเทศเพื่อนบ้าน (1, 2) ในบรรดาอาหารประจำถิ่นของภาคใต้ตอนล่างนี้ “ไก่หมอและ” นับเป็นอาหารท้องถิ่นที่ได้รับความนิยมในการบริโภคสูง เชื่อกันว่าเป็นอาหารชั้นยอดของเมืองปัตตานี แยกไปใครมาจะต้องมีการปรุง “อาหารหมอและ” เลี้ยงเสมอ ถือเป็นการให้เกียรติแก่ผู้มาเยือน “ไก่หมอและ” เรียกตามภาษามลายูท้องถิ่น ว่า “อาเยหมอและ” คำว่า “อาเย” แปลว่า เนื้อไก่ คำว่า “หมอและ” แปลว่า การกลิ้ง เมื่อมาใช้กับอาหาร หมายถึงการทำอาหารให้สุก โดยการย่างบนไฟแล้วราดน้ำแกงพร้อมกับพลิกขึ้นไก่กลับไปกลับมาเป็นระยะ (1)

จากการสำรวจข้อมูลเบื้องต้นพบว่า “ไก่หมอและ” มีการปรุงเพื่อจำหน่ายโดยชาวไทยมุสลิมรูปแบบของการจำหน่ายมีทั้งจำหน่ายในร้านอาหาร เร่ขาย และจำหน่ายในช่วงมีงานเทศกาลสำคัญต่างๆ ผู้จำหน่ายที่มีลักษณะการขายเป็นแบบเร่ขายมากกว่าร้อยละ 50 มาจากชุมชนแห่งหนึ่งของอำเภอ โคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี นั่นคือ ชุมชนทุ่งพลาซึ่งเป็นเพียงชุมชนเดียวที่ปรุงและจำหน่ายไก่หมอและในรูปแบบดังกล่าวในปัจจุบัน

จำนวนผู้จำหน่ายของชุมชนจากการแจกแนบลดลงจากมากกว่า 40 รายในปี พ.ศ 2546 เหลือ 30 รายในปี พ.ศ 2547 คาดว่าเกิดจากพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป รายได้ที่ไม่แน่นอน และปัญหาสถานการณ์ความไม่สงบในพื้นที่ทำให้ผู้จำหน่ายบางรายหันไปประกอบอาชีพอย่างอื่น เช่น ลูกจ้างโรงงานผลิตไม้ยางพารา ลูกจ้างโรงงานอาหารกระป๋อง ส่งผลให้ “ไก่หมอและ” กลายเป็นอาหารที่หาซื้อรับประทานได้ยาก และคนรุ่นหลังไม่ค่อยรู้จักอาหารชนิดนี้

เนื่องจากยังไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับ ประวัติความเป็นมาของอาหาร “ไก่หมอและ” และสถานการณ์ที่แท้จริงของการจำหน่ายไก่หมอและในชุมชนทุ่งพลา จึงเป็นประเด็นทำให้มีการศึกษาวิจัย โดยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัยเพื่อค้นหาเรื่องราวความเป็นมา กระบวนการจัดการในการผลิตและจำหน่าย ปริมาณผู้จำหน่าย ปัญหาและอุปสรรคในการประกอบอาชีพ รวมถึงระดับความชอบของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ ซึ่งจากการสำรวจพบว่าไก่หมอและเป็นอาหารท้องถิ่นที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ชอบรับประทาน ต้องการให้มีจำหน่ายอย่างทั่วถึงในพื้นที่และพัฒนาเพิ่มความหลากหลายของรสชาติมากยิ่งขึ้น นับว่าผลิตภัณฑ์ไก่หมอและ ยังมีสู่ทางการตลาดที่ดีสามารถเป็นผลิตภัณฑ์เด่นของชุมชนภายใต้โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ นำไปสู่การพัฒนาเรื่องกระบวนการผลิต บรรจุภัณฑ์และการตลาดต่อไป ซึ่งน่าจะส่งผลให้ชุมชนมองเห็นแนวทางในการอนุรักษ์ภูมิปัญญา ร่วมกับทำเป็นธุรกิจที่สอดคล้องกับเงื่อนไขของชุมชนได้

วิธีการ

การวิจัยนี้เป็นการสำรวจความเป็นมา การจัดการในการปรุงและจำหน่าย สถานการณ์ของ ผลิตภัณฑ์ไก่หมอและของชุมชนทุ่งพลา โดยการสำรวจเอกสาร สอบถาม จัดเวทีประชาคม และเข้าถึงเหตุการณ์ในพื้นที่ จากประชากรของชุมชน ทุ่งพลาทั้งหมด 192 ครัวเรือน และการสำรวจระดับ ความชอบของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ไก่หมอและ โดยสอบถามจากผู้บริโภคทั่วไปจำนวน 242 คน ทั้งนี้แบ่งรายละเอียดเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่หนึ่ง แบบสอบถาม ประกอบด้วย 2 ตอนดังนี้ ตอนที่ 1 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล จำนวน 5 ข้อ ได้แก่ ชื่อ-สกุล ที่อยู่ เพศ อายุ และศาสนา ตอนที่ 2 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับการจัดการในการปรุงและจำหน่ายไก่หมอและจำนวน 8 ข้อ ประกอบด้วยจำนวนผู้ปรุงและจำหน่ายไก่หมอและ จำนวนผู้สืบทอดการปรุงในครอบครัว ลักษณะการจำหน่าย จำนวนวันในการจำหน่าย ต่อสัปดาห์ และรายได้จากการจำหน่าย

ส่วนที่สองเป็นการจัดเวทีประชาคม การสัมภาษณ์ และสังเกตการณ์ในชุมชน โดยใช้แบบสัมภาษณ์ และแบบบันทึกในการพูดคุยซักถามตามข้อคำถามที่ได้เตรียมไว้ กลุ่มที่เข้าร่วมพูดคุยให้ข้อมูลได้แก่ ผู้จำหน่ายไก่หมอและทั้งในอดีตและปัจจุบันของชุมชน ราษฎรชาวบ้าน และผู้นำชุมชน ประเด็นการเก็บข้อมูล ได้แก่ ประวัติความเป็นมา ส่วนประกอบและกระบวนการในการปรุงไก่หมอและ เกล็ดลักษณะและความหลากหลายของตำรับไก่หมอและ ตลอดจนถึงปัญหาและอุปสรรคในการประกอบอาชีพ

ส่วนที่สาม แบบสอบถาม ประกอบด้วย 3

ตอนดังนี้ ตอนที่ 1 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภค ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และศาสนา ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคจำนวน 5 ข้อ ได้แก่ คำถามเกี่ยวกับความถี่ และเหตุผลในการบริโภค และตอนที่ 3 เป็นการทดสอบทางประสาทสัมผัส เพื่อหาระดับความชอบผลิตภัณฑ์แบบ 9-point Hedonic scale ด้านลักษณะปรากฏ สี กลิ่น เนื้อสัมผัส รสชาติ และความชอบรวม โดยแบ่งระดับความชอบ เป็น 9 ระดับคือ 1 คะแนน หมายถึง ไม่ชอบมากที่สุด 2 คะแนน หมายถึง ไม่ชอบมาก 3 คะแนนหมายถึง ไม่ชอบปานกลาง 4 คะแนนหมายถึงไม่ชอบเล็กน้อย 5 คะแนนหมายถึง เฉยๆ 6 คะแนนหมายถึง ชอบน้อย 7 คะแนนหมายถึง ชอบปานกลาง 8 คะแนนหมายถึง ชอบมาก และ 9 คะแนน หมายถึง ชอบมากที่สุด โดยสอบถามจากผู้บริโภคทั่วไป ที่มาร่วมงานสัปดาห์วันวิทยาศาสตร์ ระหว่างวันที่ 17-19 สิงหาคม 2547 สำหรับการวิเคราะห์คุณค่าทางโภชนาการของผลิตภัณฑ์ไก่หมอและได้แก่ ปริมาณ ความชื้น โปรตีน เถ้า และไขมัน วิเคราะห์โดยวิธีมาตรฐาน AOAC. (1999)

แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ และแบบบันทึกได้นำไปทดลองกับกลุ่มที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มเป้าหมาย แล้วปรับแก้ไขให้มีความเหมาะสมก่อนนำไปใช้จริง การสอบถามทำโดยนักศึกษาโปรแกรมวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี การอาหารชั้นปีที่ 3 ซึ่งมีความเข้าใจตรงกัน นำข้อมูลที่ได้มาตรวจสอบความถูกต้อง ลงรหัส บันทึกข้อมูล และวิเคราะห์โดยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows เพื่อหาร้อยละของข้อมูล



ส่วนบุคคล จำนวนผู้สืบทอดการปรุงในครอบครัว
ลักษณะการจำหน่าย จำนวนวันในการจำหน่าย
ช่วงรายได้ของผู้จำหน่าย พฤติกรรมบริโภค
ช่วงความถี่ในการบริโภค และระดับความชอบใน
ผลิตภัณฑ์ไก่อ๋มและ

ผล

การสำรวจความเป็นมาของตำรับการปรุง
ไก่อ๋มและในชุมชนทุ่งพลา ไม่พบรายงานความ
เป็นมาที่เป็นลายลักษณ์อักษรว่าต้นกำเนิดของ
ตำรับเป็นใคร ชาติใด และเริ่มมีการปรุงเมื่อใด
แต่จากการจัดเวทีประชาคมของผู้จำหน่ายในชุมชน
ได้คำตอบตรงกันว่ามีการถ่ายทอดสืบทอดกันมา
จากรุ่นหนึ่งสู่รุ่นหนึ่งมากกว่า 3ชั่วอายุคน จาก
ประชากรทั้งหมดของชุมชนทุ่งพลาจำนวน 192
ครัวเรือนมีผู้ปรุงและจำหน่ายไก่อ๋มและทั้งหมด
30 ครัวเรือน ในจำนวนนี้มีผู้สืบทอดการปรุงใน
ครอบครัว 14 ครัวเรือนคิดเป็นร้อยละ 46.7
ผู้มีหน้าที่ปรุงและจำหน่ายโดยตรงเป็นผู้หญิง
และนับถือศาสนาอิสลามร้อยละร้อย มีช่วงอายุ
มากกว่า 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.0 อายุ 36-40 ปี
คิดเป็นร้อยละ 23.3 และอายุ 46-50 ปี คิดเป็นร้อยละ
20.0 เมื่อจำแนกครัวเรือนที่จำหน่ายไก่อ๋มและ
พบว่าจำหน่ายเป็นอาชีพหลักคิดเป็นร้อยละ 66.7
เป็นอาชีพเสริมร้อยละ 33.3 สำหรับจำนวนวัน
ในการจำหน่ายต่อสัปดาห์พบว่าจำหน่าย 3 วัน
ร้อยละ 33.3 4 วัน ร้อยละ 23.3 5 วัน ร้อยละ 16.7
6 วัน ร้อยละ 10.0 7 วัน ร้อยละ 6.7 และจำหน่าย
เฉพาะช่วงที่มีงานเทศกาลต่าง ๆ ร้อยละ 6.7 ลักษณะ
การจำหน่ายมักจำหน่ายร่วมกับข้าวหลาม ร้อยละ 90
เมื่อวิเคราะห์รายได้ต่อวันเท่ากับ 200-300 บาท

คิดเป็นร้อยละ 70.0 ต่ำกว่า 200 บาทคิดเป็นร้อยละ
20.0 401-500 บาท คิดเป็นร้อยละ 6.7 และ
301-400 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.3

ส่วนประกอบหลักในการปรุงไก่อ๋มและ มี 2
ส่วนได้แก่ ไก่ย่าง และเครื่องแกงสำหรับราด
ส่วนที่เป็นไก่ย่างทำโดยการนำไก่ทั้งตัวมาชำแหละ
เป็นส่วนต่างๆ ได้แก่ หนอก น่อง ปีก สะโพก กระดูก
และเครื่องใน แล้วหั่นด้วยไม้ไผ่ซึ่งเรียกว่าไม้ดับ
รัดให้แน่น ด้วยเชือกที่ทำจากใบเตยหาม ย่างบนไฟ
ปานกลางจนสุกเหลืองแล้วพักไว้ ส่วนผสม
ในการปรุงเครื่องแกง ได้แก่ กะทิ พริกชี้ฟ้าแดง
หอมแดง กระเทียม น้ำตาลทราย น้ำตาลแว่น เกลือ
แป้งข้าวเจ้า และมีจำนวน 3-4 รายที่เติมเครื่องเทศ
ในส่วนผสมด้วย การปรุงเครื่องแกงเริ่มด้วยการ
โขลกส่วนผสมคือพริกแดงดอกใหญ่ หอม กระเทียม
ให้เข้ากัน เติมนลงในกะทิที่มีหัวกะทิ ต้มด้วยไฟ
ปานกลางจนเดือดจึงใส่ส่วนหางกะทิลงไป ปรุงรส
ด้วยเกลือและน้ำตาลแว่น หากเติมเครื่องเทศ
ก็เติมในขั้นตอนนี้ เติมน้ำข้าวเจ้าที่ละลาย
น้ำเย็นเพื่อให้เครื่องแกงข้นหนืด ทำการเคี่ยว
จนข้นและขึ้นมัน จากนั้นจึงนำส่วนเครื่องแกง
ไปราดทับบนเนื้อไก่ที่ย่างไว้แล้ว ลักษณะการปรุง
ไก่อ๋มและของชุมชนไม่มีการชั่งตวงวัดส่วนผสม
สำหรับเอกลักษณ์ของไก่อ๋มและจากชุมชนทุ่งพลา
ได้แก่ ลักษณะการจำหน่ายเป็นแบบเร่ขาย รูปแบบ
การจำหน่ายร่วมกับข้าวหลาม การทำไก่ให้สุก
ใช้วิธีการย่างไฟจากถ่านไม้ย่างพารา และเมื่อ
ราดไก่อ๋มด้วยเครื่องแกงแล้วไม่มีการย่างซ้ำอีก

ปัญหาและอุปสรรคในการประกอบอาชีพ
ของผู้จำหน่ายไก่อ๋มและ ได้แก่ปัญหาเรื่อง
วัตถุดิบที่ใช้ในกระบวนการผลิตมีราคาสูงขึ้นและ

ขาดแคลนในท้องถิ่น ต้องไปสั่งซื้อมาจากภายนอก ชุมชน ทั้งที่เป็นวัสดุ ได้แก่ ไม้ไผ่สำหรับทำไม้หนึบ และข้าวหลาม และส่วนผสมหลัก ได้แก่ ใ้เก๋ น้ำตาลแว่น กะทิ ปริมาณการขายลดน้อยลงเนื่องจากมีอาหารประเภทอื่นมาแย่งส่วนแบ่งตลาดไป กอปรกับลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่เป็นชิ้นไม้ถูกหนึบด้วยไม้ไผ่ และการราดด้วยเครื่องแกงที่มีลักษณะขื่น ทำให้ยากต่อการรับประทาน ปัญหาเรื่องอายุการเก็บของผลิตภัณฑ์สั้น ปัญหาจากลักษณะการจำหน่ายเป็นแบบเร่ขายต้องใช้พาหนะที่เป็นของตนเอง หรือปัญหาเรื่องใช้วัตถุดิบและสถานการณ์ความไม่สงบในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้

ผลการสำรวจพฤติกรรมและระดับความชอบในการบริโภคไก่ผอมและจากผู้บริโภคทั่วไป พบว่า เป็นเพศหญิง 158 คน คิดเป็นร้อยละ 65.3 เมื่อจำแนกตามช่วงอายุพบว่า ผู้บริโภคมีอายุระหว่าง 16-20 ปี ร้อยละ 44.7 อายุ 21-25 ปี ร้อยละ 25.2 อายุ 11-15 ปี ร้อยละ 15.7 เป็นนักเรียนหรือนักศึกษา ร้อยละ 75.6 ทำสวน ร้อยละ 5.4 แม่บ้าน ร้อยละ 1.7 รับราชการ ร้อยละ 2.5 ผู้บริโภคไก่ผอมและนับถือศาสนาอิสลามร้อยละ 79.8 และนับถือศาสนาพุทธร้อยละ 16.1 โดยผู้บริโภคร้อยละ 91.3 เคยรับประทานไก่ผอมและมาแล้ว มีความถี่ในการบริโภคต่อเดือนเท่ากับ 1-2 ครั้ง ร้อยละ 57.4 2-3 ครั้งร้อยละ 14.5 3-5 ครั้ง ร้อยละ 11.2 และมากกว่า 5 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 9.5 สำหรับเหตุผลในการเลือกบริโภคคือความอร่อยคิดเป็นร้อยละ 45.5 และความสะอาดร้อยละ 43.5

ผลการทดสอบทางประสาทสัมผัสของผู้บริโภคทั้ง 6 ด้าน พบว่า คะแนนความชอบด้านลักษณะปรากฏอยู่ในระดับชอบมากคิดเป็น

ร้อยละ 37.6 ชอบปานกลางร้อยละ 32.2 และชอบมากที่สุดร้อยละ 13.2 ด้านสีคะแนนความชอบอยู่ในระดับชอบมากร้อยละ 36.0 ชอบปานกลางร้อยละ 27.3 ชอบมากที่สุด ร้อยละ 11.2 ด้านกลิ่นมีคะแนนความชอบอยู่ในระดับชอบปานกลาง ร้อยละ 30.6 ชอบมากร้อยละ 27.3 และชอบน้อยร้อยละ 13.6 ด้านเนื้อสัมผัสคะแนนความชอบอยู่ในระดับชอบมากร้อยละ 33.5 ชอบปานกลางร้อยละ 30.6 และชอบมากที่สุดร้อยละ 14.9 ด้านรสชาติมีคะแนนความชอบอยู่ในระดับชอบมากร้อยละ 32.2 ชอบปานกลางร้อยละ 28.5 และชอบมากที่สุดร้อยละ 18.2 ส่วนคะแนนด้านความชอบรวมอยู่ในระดับชอบปานกลางร้อยละ 31.0 ชอบมากร้อยละ 30.6 และชอบมากที่สุดร้อยละ 22.3 สำหรับคุณค่าทางโภชนาการของไก่ผอมและพบว่า ประกอบด้วย ความชื้นร้อยละ 62.90 โปรตีน ร้อยละ 18.23 เถ้าร้อยละ 2.16 ไขมันร้อยละ 1.28 และเถ้าร้อยละ 2.16 โดยน้ำหนักเปียก

วิจารณ์

จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า ภูมิปัญญาการปรุงไก่ผอมและของชุมชนทุ่งพลาได้รับการถ่ายทอดจากบรรพบุรุษมายาวนานกว่า 100 ปี สันนิษฐานว่าต้นกำเนิดเป็นอาหารที่ปรุงโดยชาวไทยมุสลิมเชื้อสายมลายู เนื่องจากนิยมทำอาหารคาวที่มีส่วนผสมของกะทิ มักเติมเครื่องเทศและสมุนไพรในการปรุงอาหาร ซึ่งเป็นลักษณะร่วมกันของชาวมุสลิมที่อาศัยทางตอนใต้ของทวีปเอเชีย ได้แก่ ประเทศไทย มาเลเซีย และอินโดนีเซีย (3-5) หรืออาจมีต้นกำเนิดหลังจากที่เจ้าเมืองปัตตานี



รับศาสนาอิสลามเข้าสู่ภูมิภาคนี้ คือช่วงปี พ.ศ. 2012-2057 (6-8) จำนวนผู้จำหน่ายไก่หมอและของชุมชนทุ่งพลาในอนาคตอาจลดลง เนื่องจากผู้จำหน่ายในปัจจุบันส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ และจำนวนผู้สืบทอดการปรุงในครัวเรือนมีไม่ถึงครึ่งหนึ่งของผู้จำหน่ายในปัจจุบัน ซึ่งในจำนวนนี้เองไม่สามารถยืนยันได้ว่าผู้สืบทอดดังกล่าวจะเป็นผู้จำหน่ายไก่หมอและต่อไป เนื่องจากมีค่านิยมในการประกอบอาชีพเปลี่ยนไปจากเดิม (9) จำนวนวันในการจำหน่ายส่วนใหญ่คือ 3 วันต่อสัปดาห์ และมีรายได้ส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 200-300 บาท เมื่อคิดเป็นรายได้ต่อเดือน อยู่ในช่วง 2,400-3,600 บาท ซึ่งเป็นเศรษฐกิจที่ค่อนข้างต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับรายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือนต่อเดือนของประชากรในตำบลทุ่งพลาทั้งหมด ซึ่งเท่ากับ 9,115 บาทต่อเดือน (10)

จากการสังเกตการณ์กระบวนการผลิตในชุมชนพบว่า ผู้ปรุงทุกรายไม่มีการชั่ง ตวง หรือวัดปริมาณส่วนผสมที่ใช้ในการปรุง มักใช้การกะประมาณจากประสบการณ์ อาจทำให้รสชาติไม่สม่ำเสมอซึ่งเป็นคุณลักษณะคุณภาพที่ผู้บริโภคคาดหวัง (11-13) นับเป็นปัจจัยสำคัญที่ควรเปลี่ยนแปลงหากต้องการให้มีการพัฒนาไปสู่การขยายกำลังการผลิตระดับที่เพิ่มขึ้น

เอกลักษณ์ของไก่หมอและจากชุมชนนี้คือการจำหน่ายร่วมกับข้าวหลามซึ่งทำให้ผู้บริโภคสามารถซื้อแล้วนำไปรับประทานตามสถานที่ต่างๆ ได้โดยไม่จำเป็นต้องใช้ภาชนะรองรับ การทำไก่ให้สุกใช้วิธีการย่างจนสุกเหลืองเป็นการทำไก่ให้สุกพร้อมกับกำจัดไขมันออกจากกล้ามเนื้อทำให้ผลิตภัณฑ์ที่ได้มีเนื้อสัมผัสแห้ง มีกลิ่นหอมมากกว่า

การทำให้สุกโดยวิธีการนี้แล้วย่างซ้ำ (11) เมื่อราดทับ ด้วยเครื่องแกง ซึ่งมีลักษณะเหลวข้น เครื่องแกงจะแทรกซึมเข้าไปในเนื้อไก่พอดี ไม่แห้งหรือแฉะเวลารับประทาน นอกจากนี้รูปแบบการจำหน่าย ก็เป็นตัวกำหนดลักษณะของผลิตภัณฑ์ เนื่องจากผู้จำหน่ายต้องออกไปเร่ขายจำเป็นจะต้องทำให้ผลิตภัณฑ์พร้อมในการจำหน่าย และเนื่องจากไก่หมอและจัดเป็นอาหารพร้อมรับประทานหรือเรียกกันว่าอาหารจานด่วน กระบวนการผลิตตั้งแต่การเตรียมวัตถุดิบ การปรุง อุปกรณ์และภาชนะที่ใช้ตลอดถึงผู้ปรุงอาหารต้องสะอาด ถูกสุขลักษณะเพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีความปลอดภัย ลดความเสี่ยงจากการเกิดอาหารเป็นพิษ (12) ลักษณะการหั่นแยกชิ้นไก่ทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อได้ตามความชอบ และเป็นขนาดที่ไม่ใหญ่นักเหมาะสำหรับการจับตามไม้หั่นแล้วรับประทานได้เลย

จากการจัดเวทีประชาคมพบว่า ปัญหาและอุปสรรคในการประกอบอาชีพ ได้แก่ ปัญหาเรื่องราคาวัตถุดิบที่พ่อค้าคนกลางเป็นผู้กำหนด ทำให้ไม่คุ้มทุน ปริมาณการขายลดน้อยลง เนื่องจากมีอาหารประเภทอื่นมาแย่งส่วนแบ่งทางการตลาดไป ปัญหาเรื่องอายุการเก็บสั้นซึ่งสามารถแก้ไขได้หากมีการจัดการที่ดีในกระบวนการปรุง และการดูแลขณะจำหน่าย ปัญหาจากลักษณะการจำหน่ายเป็นแบบเร่ขาย ซึ่งเป็นแบบดั้งเดิมของชุมชน ทำให้ตลาดในการจำหน่ายแคบ กลุ่มผู้บริโภคเป็นกลุ่มเดิม หรือปัญหาเรื่องใช้วัตถุดิบและสถานการณ์ความไม่สงบในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ซึ่งกระทบต่อการประกอบอาชีพเป็นอย่างมาก ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวลดลง (10) งานเทศกาลที่ลดน้อยลง

ผู้บริโภคจ่ายซื้อของนอกบ้านน้อยลง ล้วนทำให้ผู้จำหน่ายในชุมชนคิดหาทางออกไปประกอบอาชีพอย่างอื่นที่มีรายได้แน่นอนกว่า

พฤติกรรมผู้บริโภคไก่หมอและพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่รู้จักและเคยรับประทานไก่หมอและมีความถี่ในการบริโภคเพียง 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ คุณลักษณะที่ผู้บริโภคชอบมาก คือ ลักษณะปรากฏสี เนื้อสัมผัส ส่วนคุณลักษณะด้านกลิ่นและความชอบรวมผู้บริโภคส่วนใหญ่ชอบในระดับปานกลาง ทั้งนี้ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาอยู่ในช่วงวัยรุ่น มีทักษะด้านบวกต่อผลิตภัณฑ์ คาดว่าไก่หมอและ น่าจะเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีผู้บริโภคกลุ่มวัยรุ่นเป็นกลุ่มเป้าหมายได้ กอปรกับคุณค่าทางโภชนาการของไก่หมอและ ซึ่งเป็นแหล่งโปรตีนที่มีคุณภาพ ประกอบด้วยกรดอะมิโนที่จำเป็นต่อร่างกายครบถ้วน (14)

การวิจัยนี้ทำให้รู้ว่ต้นทุนกำเนิดของไก่หมอและคือชาวไทยมุสลิมเชื้อสายมลายู เป็นตำรับอาหารที่วิวัฒนาการมากับเมืองปัตตานี ปัจจุบันเป็นภูมิปัญญาที่อาจจะสูญหายไปตามกาลเวลา เนื่องจากค่านิยมและสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป แต่อย่างไรก็ตามหากมีการรวมกลุ่มของผู้ผลิตและได้รับการสนับสนุนช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐ น่าจะทำให้ไก่หมอและสามารถพัฒนาต่อยอดไปสู่หนึ่งผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล วิสาหกิจชุมชนและอาหารที่ชาวมุสลิมสามารถรับประทานได้ ซึ่งเรียกว่าอาหารฮาลาลได้ในอนาคต

กิตติกรรมประกาศ

คณะผู้วิจัยขอขอบคุณ คุณอรพรรณ ศรีสุขวัฒนา จากสำนักงานปฎิรูประบบสุขภาพแห่งชาติ อาจารย์ปราโมทย์ ธรรมรัตน์ จากสถาบันค้นคว้า

และพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นงมล นันทรักษ์จากมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิตที่ได้ให้คำแนะนำในการเขียนข้อเสนอโครงการวิจัยและประเมินผลรายงานการวิจัย และขอขอบคุณ ศาสตราจารย์ ดร. เวทิน นพนิตย์ ที่ได้วิพากษ์และวิจารณ์นิพนธ์ต้นฉบับ

งานวิจัยนี้ได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา พ.ศ. 2547

เอกสารอ้างอิง

- 1.....ภูมิปัญญา: ภูมิปัญญากับการสร้างพลังชุมชน ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร, กรุงเทพมหานคร. หน้า 6-12, 2548.
- 2.....อาหารพื้นเมืองปัตตานี: ฝ่ายส่งเสริมศาสนาและวัฒนธรรม ศึกษาธิการจังหวัดปัตตานี, กรุงเทพมหานคร. หน้า 42-48, 2538.
3. อบเชย อิ่มสบาย: อาหารมุสลิม. แสงแดด, กรุงเทพมหานคร. หน้า 8-15, 2547.
4. McWilliams, M.and Heller, H. : Food around the world. Prentice Hall, New Jersey. pp. 209-227, 2003.
5. Bennion, M. and Scheule, B. : Introductory Foods. 12th Edition. Prentice Hall, New Jersey. pp.735-754, 2005.
6. สุทธิวงศ์ พงศ์ไพบูลย์: โครงสร้างและพลวัตวัฒนธรรมภาคใต้กับการพัฒนา. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, กรุงเทพมหานคร. หน้า 147-153, 2544.
7. อมรา ศรีสุชาติ: สายรากภาคใต้ ภูมิลักษณ์ ุปลักษณ์ จิตลักษณ์. สำนักงานกองทุน



สนับสนุนการวิจัย, กรุงเทพมหานคร. หน้า
1-56, 2544.

8. จ. เต็มอุดม. บทบาทชาวดานีในหมู่เกาะมลายู
[homepage on the Internet]. บัตตานี [cited 29
ธันวาคม 2546]. Available from: [http://
www.geocities.com/anokatani/jimbi.htm](http://www.geocities.com/anokatani/jimbi.htm).
9. เฉลียว ฤทธิ์จิพิมล: มนุษย์กับสังคม.
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ มหานคร.
หน้า 179-190, 2542.
10. รายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือน พ.ศ 2548 ศูนย์
ปฏิบัติการจังหวัดปัตตานี [homepage on the
Internet]. [cited 7 ธันวาคม 2548]. Available
from [http://www.poc.pattani.go.th/
report.php.htm](http://www.poc.pattani.go.th/report.php.htm).
11. Ang, C., Yung-Kang, W., Asian Foods :
Science & Technology. Pa Technomic,
Lancaster. pp. 247-249, 1999.
12. อปเชย วงศ์ทอง และ ชนิษฐา พูนผลกุล:
หลักการประกอบอาหาร. มหาวิทยาลัย
เกษตรศาสตร์, กรุงเทพมหานคร. หน้า 25-56,
2547.
13. McSwane, D., Rue, N. and Linton, R. :
Essentials of food safety and sanitation.
Pearson Prentice Hall, Tokyo. pp.
24-38, 2004.
14. Whitney, E. and Rolfes, S. A. :
Understanding nutrition. 10th Edition.
Thomson Wadsworth, Victoria. pp. 194-196.
2005.