



Received: November 25, 2024

Revised: August 7, 2025

Accepted: August 14, 2025

การพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์แกงเคยปลาอบแห้งสู่มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

Development of innovative semi-finished fish curry paste products to meet community product standards

อรพินท์ บุญสิน*

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

อรรครา ธรรมาธิกุล

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

วรรณชัย พรหมเกิด

คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

*ผู้ประสานงานหลัก (Corresponding Author) E-mail: orapin_bun@nstru.ac.th

Orapin Bunsin *

Faculty of Management Science, Nakhon Si Thammarat Rajabhat University

Ankara Thammathikul

Faculty of Humanities and Social Sciences, Nakhon Si Thammarat Rajabhat University

Wannachai Phromkerd

Faculty of Science and Technology, Nakhon Si Thammarat Rajabhat University

บทคัดย่อ

บทความวิจัยครั้งนี้ วัตถุประสงค์เพื่อ 1) ยกระดับกระบวนการผลิตแกงเคยปลาจากชนิดเปียกเป็นชนิดแห้ง โดยใช้วิธีการอบแห้ง 2) ทดสอบการยอมรับทางประสาทสัมผัสของผู้บริโภคที่มีต่อแกงเคยปลาผสมกะปิ 3) พัฒนาผลิตภัณฑ์แกงเคยปลาสู่มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน 4) ส่งเสริมการตลาด มิตินการสร้างตราสินค้า และฉลากบนบรรจุภัณฑ์ งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยผสมผสานวิธีระหว่างการวิจัยเชิงทดลอง การวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ ผลการศึกษาพบว่า 1) การอบแห้งด้วยตู้อบที่อุณหภูมิ 105 องศาเซลเซียส ทำให้ผลิตภัณฑ์ที่มีความชื้นต่ำ เหมาะสมต่อการนำไปบริโภคเป็นผง และ 2) การทดลองปรุงอาหารสูตรแกงเคยปลาผสมกะปิ 3 สูตร โดยใช้ปริมาณน้ำที่แตกต่างกัน สูตรแกงเคยปลาที่ใช้น้ำ 700 มิลลิลิตรต่อการปรุง 1 สำหรับ มีค่าดีที่สุดและมีความแตกต่างกันทางสถิติทั้งเครื่องแกงเปียกและแห้ง นำไปทดสอบการยอมรับทางประสาทสัมผัสจากผู้บริโภคที่ใช้ Hedonic Scale (9 Scale) โดยมีคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ ที่ประเมิน 4 หัวข้อ ได้แก่ ลักษณะปรากฏ สี กลิ่น รสชาติ และความชอบโดยรวม คะแนน 1-9 คะแนนพบว่า สูตร 2 กะปิน้ำพริก มีค่าคะแนนมากที่สุดอยู่ที่ (8.03, 8.20, 8.10 และ 8.23) 3) การถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านกระบวนการผลิตผ่านกิจกรรมฝึกอบรมและศึกษาดูงาน ส่งผลให้ผู้ผลิตในชุมชนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนและมาตรฐาน ออย. เพิ่มมากขึ้น ส่งเสริมให้ชุมชนจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับกระบวนการผลิต และ 4) การออกแบบ ตราสินค้าและฉลากโดยใช้กระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน ทำให้เกิดต้นแบบฉลากที่สะท้อนอัตลักษณ์ของท้องถิ่นและความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย = 4.56

คำสำคัญ แกงเคยปลา; เครื่องแกง; เคยปลา; ไตปลาแห้ง; มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน; นวัตกรรม

Abstract

This research aims to 1) upgrade the production process of fermented fish entrails curry (Kang Kei Pla) from wet to dry by using a drying method, 2) test the sensory acceptability of fish curry mixed with shrimp paste, 3) develop fish curry products to meet community product standards, and 4) promote marketing, branding, and packaging labeling. This research combined experimental, qualitative, and quantitative research. The results showed that 1) drying in an oven at 105°C resulted in products with low moisture content, suitable for grinding into powder, and 2) experimenting on cooking three recipes of fermented fish entrails curry mixed with shrimp paste using different amounts of water. The fish curry recipe using 700 ml of water per set had the best value and was statistically different for both wet and dry curry pastes. It was tested sensory acceptability by consumers using the Hedonic Scale (9 Scale) with product characteristics evaluated in 4 topics: appearance, color, smell, taste, and overall liking. Scores from 1-9 points found that recipe 2 shrimp paste had the highest scores at (8.03, 8.20, 8.10, and 8.23). 3) The transfer of knowledge on production processes through training and study tours has resulted in community producers having a greater understanding of community product standards and FDA standards, and has encouraged communities to establish community enterprise groups to enhance production processes. 4) The brand and label design through the community participation process resulted in a label prototype that reflected local identity and was highly satisfactory (mean = 4.56).

Keywords: fermented fish entrails curry; curry paste; fish curry; dried fish kidneys; community product standards; innovation



อาหารไทยจัดเป็นหนึ่งใน Soft Power 5 ด้าน ที่มีศักยภาพสูงในการสร้างโอกาสการเจริญเติบโตและมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ เพราะอาหารไทยมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมทั่วโลก และไทยได้รับการขนานนามว่า คริวของโลกอีกด้วย ซึ่งเป็นผลพวงมาจากความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ วัตถุดิบที่มีคุณภาพหลากหลาย มาตรฐานเป็นที่ยอมรับ และมีอุตสาหกรรมต่อเนื่อง การวิจัยและพัฒนาอาหารไทยสามารถเชื่อมโยงให้เติบโตไปกับเทรนด์อาหารแห่งโลกในอนาคต (Industrial Food Institute, Ministry of Industry, 2022) ตามที่ประเทศไทยได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชนโดยมุ่งเน้นให้ชาวบ้านในชุมชนนำความรู้ ภูมิปัญญาชาวบ้าน และทรัพยากรท้องถิ่นที่มีอยู่เดิมมาทำการพัฒนาแปรรูปสินค้าเพื่อให้มีมูลค่าเพิ่ม ก่อให้เกิดรายได้ให้กับคนในชุมชนในระยะยาว ส่งเสริมให้คนในชุมชนมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นการเพิ่มมูลค่าของสินค้าเพื่อตอบสนองต่อผู้บริโภคมากขึ้น (Chusri, 2018) ภูมิปัญญาด้านอาหารจึงเป็นกระบวนการเรียนรู้ตามธรรมชาติของชุมชนในท้องถิ่นโดยชาวบ้าน อาศัยการสร้างสรรค์ของมนุษย์ ก่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ ทักษะ จากการสังเกต สืบต่อกันมาและกระจายถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น (Phamorn & Tantiwiphawin, 2020) จากการศึกษาของ United Nations World Tourism Organization (2017) พบว่า ร้อยละ 68 ของประเทศสมาชิกได้ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ผ่านการจัดเทศกาล การโฆษณา และเว็บไซต์ที่มุ่งเน้นเกี่ยวกับอาหาร เพื่อโน้มน้าวให้นักเดินทางพักค้างแรมให้ยาวนานขึ้นและเข้าไปมีส่วนร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับอาหารท้องถิ่นเพื่อประสบการณ์ที่สนุกสนานและแปลกใหม่อันมีเอกลักษณ์ หากชุมชนสามารถสร้างสื่อในการนำเสนอตัวตนแสดงถึงอัตลักษณ์ของชุมชนนำเสนอผ่านองค์ประกอบต่าง ๆ ของชุมชนให้ประชาชนทั่วไปได้รับรู้นำไปสู่การรู้จัก การกล่าวถึงและซื้อผลิตภัณฑ์ในที่สุด (United Nations World Tourism Organization, 2017)

เครื่องแกง เป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำจากเครื่องเทศและสมุนไพรต่าง ๆ เช่น พริกสด พริกแห้ง หัวหอม กระเทียม ข่า ตะไคร้ ผิวมะกรูด เกลือป่น บดผสมให้เข้ากัน อาจมีส่วนประกอบอื่นเช่น กะปิ น้ำตาล น้ำปลา เกลือ แล้วอาจผสมกับกะทิหรือน้ำมันบริโภคตามส่วนประกอบของน้ำพริกแกงแต่ละชนิด ซึ่งอาจนำไปให้ความร้อนหรือไม่ก็ได้และสามารถนำไปประกอบอาหารได้ทันที (Food Information Network Center, 2022) ในจังหวัดนครศรีธรรมราช หากพูดถึงเรื่องสำหรับอาหาร หนึ่งในวัตถุดิบที่มีเอกลักษณ์และมีชื่อเสียงแพร่กระจายไปทุกภูมิภาคของประเทศในเรื่องของความอร่อย รสชาติเข้มข้นจัดจ้าน คือ แกงเคยปลาหรือแกงน้ำเคย ปัญหาหลัก ๆ ที่เกิดขึ้นจากผลิตภัณฑ์ดังกล่าวคือ 1) ขาดเทคโนโลยีหรือกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ที่ช่วยในการ ยืดอายุของผลิตภัณฑ์ เช่น บรรจุภัณฑ์ที่ช่วยในการเก็บรักษา ขาดเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมช่วยในการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ชนิดต่าง ๆ 2) ผู้ผลิตขาดทักษะความเป็นผู้ประกอบการจึงผลิตหรือแกงขายเฉพาะในพื้นที่ชุมชน ไม่มีการกระจายการจำหน่ายไปยังผู้บริโภคในภูมิภาคอื่น ไม่นำเข้าสู่สถานประกอบการ เช่น โรงแรม ร้านอาหาร ภัตตาคาร หรือยกระดับเป็นสินค้าเข้าสู่ร้านค้าหรือห้างสรรพสินค้าแบบโมเดิร์นเทรด และ 3) การวางจำหน่ายสินค้าในรูปแบบของสด จำหน่ายวันต่อวัน หรือตามเทศกาลที่มีการสั่งซื้อ วางจำหน่ายโดยใส่ในภาชนะกะละมังเปิดโล่ง และตักขายตามที่ลูกค้าซื้อ (Kaewon, 2021)

แกงน้ำเคย หรือ แกงเคยปลา เป็นชื่อเรียกอาหารพื้นบ้านของชาวปักษ์ใต้บางจังหวัด เช่น นครศรีธรรมราช พัทลุง สงขลา สุราษฎร์ธานี แกงน้ำเคยทุกวันนี้ค่อนข้างจะหาากินยากเข้าไปทุกที ซึ่งอาจจะเป็นเพราะวัตถุดิบ คือ เคยปลา หายาก ไม่ค่อยมีคนทำขาย หากผลิตภัณฑ์เคยปลาได้มีการยกระดับทั้งในเรื่องของการผลิตที่สามารถใช้นวัตกรรม แปรรูปผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม ยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน พร้อมสื่อสารให้ผู้บริโภคมั่นใจในเรื่องของผลิตภัณฑ์ จะสามารถยกระดับและสร้างรายได้ให้กับชุมชน มีการวิเคราะห์ทางด้านเคมีกายภาพ และ/หรือทางด้านชีวภาพของผลิตภัณฑ์ และการได้รับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ด้วยเหตุนี้จึงควรมีการยกระดับผลิตภัณฑ์ด้วยกระบวนการผลิตเพื่อให้สอดคล้องกับระดับความชอบของผู้บริโภค (Industrial Standards Institute, 2021)

จากที่กล่าวมาคณะผู้วิจัยจึงสนใจที่จะทำการศึกษาแกงเคยปลาจากแบบเปียก เป็นแบบผง ผ่านกระบวนการอบแห้ง ทดสอบความชอบของผลิตภัณฑ์ เข้าสู่มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน และมาตรฐาน ออย. ในท้ายที่สุด คือ การออกแบบตราสินค้า ฉลากผลิตภัณฑ์ ออกแบบบรรจุภัณฑ์ ให้เหมาะสม ดึงดูดผู้บริโภค เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค รวมถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นสินค้าที่สามารถขยายการตลาด จากแบบเดิมสู่ตลาดที่สูงขึ้น เป็นตลาดโมเดิร์นเทรด จากปัญหาดังกล่าว คาดว่าอาหารชนิดนี้น่าจะเป็นการส่งเสริมวัฒนธรรมด้านอาหาร ซึ่งเป็นเมนูจากภูมิปัญญาท้องถิ่นของชาวนครศรีธรรมราชในการรังสรรค์อาหาร จากความประณีตในรสชาติ ความพิถีพิถัน และมีรสชาติดีสอดรับนโยบาย Soft Power เครื่องมือสำคัญในการผลักดันเศรษฐกิจสร้างสรค์ไทย (Chumme, 2024) หากได้รับการพัฒนาดังที่กล่าวมาข้างต้นแล้วจะสามารถสร้างอัตลักษณ์อาหารพื้นถิ่นภาคใต้ของประเทศไทยให้เป็นที่รู้จัก ซึ่งสามารถสร้างอาชีพ สร้างรายได้ ให้เกิดขึ้นกับชุมชนท้องถิ่น สังคม และประเทศไทยต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ยกระดับกระบวนการผลิตแกงเคยปลาจากชนิดเปียกเป็นชนิดแห้งโดยใช้วิธีการอบแห้ง
2. ทดสอบการยอมรับทางประสาทสัมผัสของผู้บริโภคที่มีต่อแกงเคยปลาผสมกะปิ
3. พัฒนาผลิตภัณฑ์แกงเคยปลาสู่มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน
4. ส่งเสริมการตลาด มิติ การสร้างตราสินค้า และฉลากบนบรรจุภัณฑ์

ระเบียบวิธีการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานได้แก่ การวิจัยเชิงทดลอง ทดสอบเครื่องแกง กะปิ เคยปลา และไตปลาแห้ง ผ่านกระบวนการทดลองด้านวิทยาศาสตร์ การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์ สนทนากลุ่มย่อย การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม และการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเพื่อประเมินความพึงพอใจเพื่อนำข้อมูลมาสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์แกงเคยปลาอบแห้งและยกระดับผลิตภัณฑ์ให้สามารถพร้อมปรุง เก็บรักษาได้นาน และสะดวกในการขนส่ง โดยมีกระบวนการในการดำเนินการวิจัย ดังนี้

กลุ่มตัวอย่าง การทดสอบการยอมรับประสาทสัมผัส กลุ่มผู้ใช้งานจำนวน 30 คน และกลุ่มแม่บ้านตำบลเกาะจันทร์ จำนวน 20 คน รวม 50 คน เกณฑ์การคัดเลือก (Inclusion criteria) ได้แก่ 1) เพศชายหรือหญิง 2) ชอบทานอาหารรสจัด 3) มีความสนใจและสามารถบริโภคผลิตภัณฑ์แกงเคยปลา กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) การสนทนากลุ่ม คือ กลุ่มสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบลเกาะจันทร์ จำนวน 8 คน และการสัมภาษณ์ ผู้นำชุมชนจำนวน 5 คน ผู้ทรงคุณวุฒิในการประเมินการออกแบบตราสินค้า ฉลาก บนบรรจุภัณฑ์ จำนวน 3 ท่าน

การสร้างเครื่องมือและการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การวิจัยเชิงทดลอง วัตถุประสงค์ข้อที่ 1

1.1 การคัดเลือกวัตถุดิบ ผู้วิจัยคัดเลือกส่วนผสมในการผลิตแกงเคยปลา ประกอบด้วย เครื่องแกง กะปิ เคยปลาและไตปลาแห้ง

1.2 ทดสอบอุณหภูมิ ผู้วิจัยนำส่วนผสมทั้ง 3 ชนิด มาทำการทดสอบโดยการศึกษาอุณหภูมิที่เหมาะสมในการอบเพื่อพัฒนาให้เป็นแกงเคยปลาผง ในการทดลองผู้วิจัยทำการทดสอบอุณหภูมิที่ต่างกัน 3 ระดับ ได้แก่ อุณหภูมิ 75, 95 และ 105 องศาเซลเซียส ภายใต้อุณหภูมิการอบนาน 4 ชั่วโมงเท่ากันทุกสูตร

1.3 ทดสอบปริมาณน้ำการทดลองปรุงอาหารโดยใช้ปริมาณน้ำในระดับที่แตกต่างกัน 3 ชุด การทดลอง ๗ ละ 3 ซ้ำ ได้แก่ 500, 700 และ 900 มิลลิลิตร ใช้ระยะเวลาในการปรุงนาน 15 นาทีเท่ากัน ทุกชุดการทดสอบ (หม้อ) ใช้วัตถุดิบอาหารชนิดต่าง ๆ เป็นส่วนประกอบในการปรุงเหมือนกันทุกสูตร

2. การวิจัยเชิงปริมาณ วัตถุประสงค์ข้อที่ 2



2.1 ทดสอบประสาทสัมผัส ใช้วิธีการประเมินทางประสาทสัมผัส โดยแบ่งออกเป็นคะแนน 1–9 คะแนน (9 คะแนน ชอบมากที่สุด 8 คะแนน ชอบมาก 7 คะแนน ชอบปานกลาง 6 คะแนน ชอบน้อย 5 คะแนน เฉย ๆ 4 คะแนน ไม่ชอบเล็กน้อย 3 คะแนน ไม่ชอบปานกลาง 2 คะแนน ไม่ชอบมาก และ 1 คะแนน ไม่ชอบมากที่สุด) ทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างด้วยการคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Selection) โดยมีคำถามสำหรับการคัดกรองกลุ่มตัวอย่างก่อนทำการทดสอบ ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างที่ทานอาหารรสจัด เพศชายหญิง มีความสนใจและสามารถบริโภคผลิตภัณฑ์แกงเคยปลา เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างรวม 30 คน และกลุ่มแม่บ้านตำบลเกาะขันธุ์ จำนวน 20 คน รวม 50 คน วิเคราะห์ข้อมูล ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์ทางสถิติโดยวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance, ANOVA) ของแต่ละชุดการทดลอง โดยวิธีของ Duncan's New Multiple Range Test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ

3. การวิจัยเชิงคุณภาพ วัตถุประสงค์ข้อที่ 3

3.1 รูปแบบการวิจัยเชิงปฏิบัติการ PAOR ประกอบด้วย 1) ขั้นตอนการวางแผน (Plan) 2) ขั้นตอนการปฏิบัติ (Act) 3) ขั้นตอนการสังเกตผล (Observe) 4) ขั้นตอนการสะท้อนผล (Reflect) โดยการเลือกผู้ให้ข้อมูลจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญซึ่งได้ตั้งกรอบแนวคิดและแนวประเด็นคำถาม โดยใช้ SWOT Analysis ในการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ และการเขียนภาพแผนผังความคิดโน้ตส์ (Mind Map) เพื่อศึกษาถึงบริบทชุมชน การเทียบเคียงกลุ่มตัวอย่างที่ประสบความสำเร็จในการพัฒนาผลิตภัณฑ์

3.2 การสัมภาษณ์และการสนทนากลุ่ม การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ผู้นำชุมชน จำนวน 5 คน และการสนทนากลุ่ม ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ สมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบลเกาะขันธุ์ จำนวน 8 คน เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลการตลาด และผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์จำนวน 3 ท่าน

4. การวิจัยเชิงปริมาณ วัตถุประสงค์ข้อที่ 4

แบบสอบถามความพึงพอใจ ประเมินตราสินค้า และฉลากบนบรรจุภัณฑ์ ประชากร คือ กลุ่มแม่บ้านตำบลเกาะขันธุ์ อำเภอชะอวด และกลุ่มผู้ใช้แรงงาน จำนวน 50 คน

การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ

การวิจัยเชิงคุณภาพ (Triangulation) นำเสนอเครื่องมือทั้งหมดต่อผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน เพื่อพิจารณาความตรงของเนื้อหา (Content Validity) และให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงเครื่องมือให้เหมาะสมกับบริบทของการวิจัย ภายหลังการปรับปรุงตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ เครื่องมือได้ถูกนำไปทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มเป้าหมายของการศึกษา เพื่อตรวจสอบความชัดเจน ความเข้าใจง่าย และความสอดคล้องของคำถาม รวมถึงความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย แล้วจึงนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลจริงภาคสนาม

การวิจัยเชิงปริมาณ แบบสอบถาม ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน และทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) 0.87 ซึ่งได้ค่ามากกว่า 0.70 แสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นอยู่ในระดับที่ยอมรับได้

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเชิงปริมาณ วิเคราะห์ข้อมูล ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานการวิจัยเชิงคุณภาพ ตรวจสอบ 3 ด้าน ได้แก่ การตรวจสอบด้านข้อมูล เป็นการพิสูจน์ว่าข้อมูลที่เก็บได้นั้นมีความถูกต้องหรือไม่ โดยพิจารณาการตรวจสอบแหล่งข้อมูล 3 แหล่ง คือ เวลา สถานที่ บุคคล ตรวจสอบด้านที่สองเป็นการตรวจสอบผู้เก็บรวบรวมข้อมูลว่านักวิจัยแต่ละคนเก็บข้อมูลต่างกันอย่างไร ตรวจสอบด้านที่สามด้านทฤษฎี ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลโดยใช้ทฤษฎีในการแปลความข้อมูลมีความแตกต่างกันมากน้อยเพียงใดและ ทำการสรุป



สรุปผลการวิจัย

การยกระดับกระบวนการผลิตแกงเคปปลาจากชนิดเป็ยกเป็นชนิดแห้งโดยใช้วิธีการอบแห้ง

1. การคัดเลือกวัตถุดิบ ผู้วิจัยคัดเลือกได้ใช้วิธีการ Snowball สอบถามผู้นำชุมชน พบว่า

เครื่องแกง : การผลิตเครื่องแกงของชุมชนพื้นที่บ้านปากพูน อาศัยสูตรที่บอกเล่าและมีการปฏิบัติต่อกันมา จากรุ่นสู่รุ่น จนได้เครื่องแกงและวัตถุดิบที่เหมาะสมของผู้ผลิตเครื่องแกงจำหน่ายในชุมชน

เคปปลา : จากการลงพื้นที่ในการให้บริการวิชาการเจอที่พินนา ซึ่งเป็นคนสืบทอดต่อจากคุณแม่เสงี่ยมในการทำผลิตภัณฑ์ อยู่ที่อำเภอเฉลิมพระเกียรติ ได้นำปลาซึ่งหาได้จากแม่น้ำลำคลองนำมาตากแห้ง ผ่านกรรมวิธีที่สะอาด จนได้เคปปลาที่หอมอร่อย

ไต้ปลาแห้ง : ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวจะใช้ปลาเป็นส่วนผสม ซึ่งปัญหาของผลิตภัณฑ์ตัวนี้ คือ ปลา ที่นำมาเป็นส่วนผสมค่อนข้างหายาก จึงได้มีการสอบถามบุคคลในพื้นที่ และได้ผลิตภัณฑ์จากโรงสียายเหนียว ตำบลปากพูน ซึ่งเป็นผู้คิดค้นทำไต้ปลาแห้งสูตรดั้งเดิม

2. นำวัตถุดิบ 3 ชนิด ประกอบด้วย เครื่องแกง เคปปลาและไต้ปลาแห้ง ทดสอบอบแห้งด้วยอุณหภูมิที่แตกต่างกัน พบว่าอุณหภูมิที่ 105 องศาเซลเซียส เหมาะสมที่สุดทำให้มีความชื้นคงเหลือน้อยที่สุด

3. ทดสอบปริมาณน้ำ การทดลองปรุงอาหารโดยใช้ปริมาณน้ำในระดับที่แตกต่างกัน 3 ชุด การทดลอง ๑ ละ 3 ชั่วโมง ได้แก่ 500, 700 และ 900 มิลลิลิตร ใช้ระยะเวลาในการปรุงนาน 15 นาที

ตารางที่ 1 คุณภาพทางประสาทสัมผัสของเครื่องแกงแห้ง เปรียบเทียบกับเครื่องแกงเปียก ที่ใช้ปริมาณน้ำในการปรุงปริมาณที่ต่างกัน

คุณลักษณะทางด้านประสาทสัมผัส	เครื่องแกงแห้ง 500 มล.	เครื่องแกงเปียก 500 มล.	เครื่องแกงแห้ง 700 มล.	เครื่องแกงเปียก 700 มล.	เครื่องแกงแห้ง 900 มล.	เครื่องแกงเปียก 900 มล.
	500 มล.	500 มล.	700 มล.	700 มล.	900 มล.	900 มล.
ลักษณะที่ปรากฏ	7.19±1.04 ^{ns}	8.16±0.10 ^d	7.19±1.14 ^{ns}	7.82±0.05 ^c	7.20±1.17 ^{ns}	7.12±0.05 ^c
สี	6.03±1.32 ^a	7.13±0.10 ^b	8.03±0.76 ^c	7.63±0.06 ^c	7.90±0.83 ^b	7.04±0.03 ^a
กลิ่น	5.00±0.98 ^a	6.19±0.13 ^a	8.20±0.87 ^c	7.47±0.20 ^c	7.96±0.74 ^b	6.89±0.09 ^b
รสชาติ	5.30±0.95 ^a	6.45±0.09 ^a	8.10±0.84 ^c	7.33±0.16 ^a	7.96±0.72 ^b	6.42±0.14 ^a
ความชอบรวม	5.63±0.76 ^a	6.89±0.13 ^b	8.23±0.77 ^c	7.63±0.08 ^{bc}	7.93±0.81 ^b	6.55±0.08 ^a

หมายเหตุ : เครื่องหมาย ns ในแต่ละแถวแสดงถึงความไม่แตกต่างทางสถิติ ($p>0.05$); เครื่องหมาย a และ b ในแต่ละแถวแสดงถึงความแตกต่างทางสถิติอย่างมีนัยสำคัญ ($p < 0.05$, Mean $\pm$ SD)

จากตารางที่ 1 การตรวจสอบคุณภาพทางประสาทสัมผัสของเครื่องแกงที่ทดสอบโดยใช้ปริมาณน้ำ ที่แตกต่างกัน 3 ระดับ ได้แก่ 500, 700 และ 900 มิลลิลิตร ต่อ 1 สำหรับ ปริมาณน้ำที่ใช้สำหรับปรุง 1 สำหรับ หรือต่อหม้อ พบว่าคุณลักษณะที่ทดสอบ ได้แก่ ลักษณะที่ปรากฏ สี กลิ่น รสชาติ และความชอบโดยรวม ปริมาณน้ำที่ 700 มิลลิลิตร มีค่าดีที่สุดและมีความแตกต่างกันทางสถิติ ทั้งเครื่องแกงเปียก และเครื่องแกงแห้ง สัมพันธ์กับปริมาณเครื่องแกงผง 25 มิลลิกรัม รองลงมา ได้แก่ ปริมาณน้ำ 900 มิลลิลิตร ต่อสำหรับ และ ปริมาณน้ำ 500 มิลลิลิตรต่อสำหรับ มีค่าในด้านลักษณะที่ปรากฏ สี กลิ่น รสชาติ และความชอบโดยรวม มีค่าน้อยที่สุด ขั้นตอนต่อไป คือ การประเมินคุณภาพด้านการยอมรับของผู้บริโภคผ่านการทดสอบทางประสาทสัมผัส



การทดสอบการยอมรับทางประสาทสัมผัสของผู้บริโภคที่มีต่อแกงเคปลาสมกะปิ

มีการทดลอง 3 สูตร ประกอบด้วย กะปิแกง กะปಿನ้ำพริก และกะปิแกง+น้ำพริก ทดสอบกับผู้ใช้งาน และกลุ่มแม่บ้านตำบลเกาะขันธ จำนวน 50 คน ประเมินตรวจสอบทางประสาทสัมผัส คุณภาพแกงเคปลาอบแห้ง ใช้วิธีการให้คะแนนความชอบแบบ Hedonic scale (Watts, Ylimaki, Jeffery & Elias, 1989) โดยแบ่งคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่ประเมิน 4 หัวข้อ ได้แก่ ลักษณะปรากฏ สี กลิ่น รสชาติ และความชอบโดยรวม คะแนน 1-9 คะแนนพบว่า สูตร 2 กะปಿನ้ำพริก มีค่าคะแนนมากที่สุดอยู่ที่ (8.03, 8.20, 8.10 และ 8.23) ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการทดสอบการตรวจสอบทางประสาทสัมผัสคุณภาพแกงเคปลาสมกะปิ

ตัวแปร	สี		กลิ่น		รสชาติ		ความชอบโดยรวม	
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD
สูตรที่ 1 กะปิแกง	6.03	1.32	5.00	0.98	5.30	0.95	5.63	0.764
สูตรที่ 2 กะปಿನ้ำพริก	8.03	0.764	8.20	0.886	8.10	0.844	8.23	0.773
สูตรที่ 3 ผสม (กะปิแกง+น้ำพริก)	7.90	0.803	7.96	0.764	7.96	0.718	7.93	0.739

หมายเหตุ n=50

การพัฒนาผลิตภัณฑ์แกงเคปลาสู่มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

1. ขั้นตอนการวางแผน (Plan) ผู้วิจัยวางแผนลงพื้นที่เพื่อพัฒนาโจทย์จากพื้นที่เป้าหมายตำบลเกาะขันธ อำเภอลำพูน โดยการสัมภาษณ์ thongbunchu (Interview, July 19, 2024) สถาปนิกศาสตร์ของอำเภอลำพูนมีทรัพยากรดินที่อุดมสมบูรณ์และมีสิ่งแวดล้อมที่มีอาณาบริเวณที่เป็นที่ลุ่ม มีหนองน้ำ มีปลาน้ำจืดอาศัยอยู่จำนวนมาก มีการส่งเสริมอาชีพให้กับชุมชน สร้างรายได้ให้กับครอบครัว จากการสัมภาษณ์ดังกล่าว นำไปสู่การวางแผนยกระดับผลิตภัณฑ์และคิดค้น การถนอมอาหารเพื่อเก็บไว้สำหรับบริโภคและจำหน่าย การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และฉลาก เพื่อเป็นการพัฒนาและเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์โดดเด่นและมีความแตกต่าง นำเสนอแนวทางการพัฒนาในแง่ของการต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น และเป็นการส่งเสริมรายได้ให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชน ซึ่งเป็นแนวทางแก้ปัญหาอีกประการรวมทั้งสร้างอาชีพ สร้างรายได้ของชุมชนให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ตลอดจนต่อยอดจำหน่ายในเชิงพาณิชย์

2. ขั้นตอนการปฏิบัติ (Act) ผู้วิจัยได้มีการประชุมกลุ่มย่อย โดยได้วิเคราะห์ SWOT สรุปได้ว่า จุดแข็งของชุมชนมีศักยภาพในการขับเคลื่อน ผู้นำเข้มแข็ง มีหน่วยงานสนับสนุน จุดอ่อน ขาดองค์ความรู้ในการยกระดับผลิตภัณฑ์ บุคลากรมีจำนวนจำกัดและส่วนใหญ่กลุ่มผู้สูงอายุ โอกาส ผลิตภัณฑ์แกงเคปลาเป็นอาหารพื้นถิ่นเป็นที่รู้จัก ทำตลาดง่าย อุปสรรค ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักเฉพาะกลุ่ม นอกจากนั้นผู้วิจัยใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจงเลือกพื้นที่ของตำบลเกาะขันธในการถ่ายทอดองค์ความรู้เรื่องกระบวนการผลิต การตลาด ส่งเสริมมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยการอบรมจากผู้เชี่ยวชาญ และเทียบเคียงผลิตภัณฑ์ต้นแบบผลิตภัณฑ์จากวิสาหกิจชุมชนภูมินคร พร้อมพัฒนาสูตรแกงเคปลาเฉพาะพื้นที่ตำบลเกาะขันธเพื่อผลิตเชิงพาณิชย์ต่อไป

3. ขั้นตอนการสังเกตผล (Observe) หลังการถ่ายทอดองค์ความรู้ ทางกลุ่มนำผลผลิตที่ได้ไปประกวดแกงเคปลาในงานดอกจันทน์ อำเภอลำพูน ได้รับรางวัลรองชนะเลิศอันดับ 2 นำไปต่อยอดเรื่องมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยได้รับทุนสนับสนุนจากเครือข่ายในการก่อสร้างโรงเรือนตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

4. ขั้นตอนการสะท้อนผล (Reflect) จากการดำเนินกิจกรรมสะท้อนผลแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อนำผลการดำเนินกิจกรรมมาต่อยอด รวมทั้งไปเผยแพร่กิจกรรมไปยังเพื่อนสมาชิก เช่น ผู้ผลิตเครื่องแกง



ตำบลปากพูน อำเภอเมือง ปรับจากชนิดผง เป็น รูปแบบก้อน เพื่อง่ายต่อการผลิตและการปรุงของผู้บริโภคและ
แลกเปลี่ยนเรียนรู้แนวปฏิบัติที่ดี

การส่งเสริมการตลาด มิติ การสร้างตราสินค้า และฉลากบนบรรจุภัณฑ์

ผู้ให้ข้อมูลสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบลเกาะขันธุ์ ผู้นำชุมชน จำนวน 8 คน ประชุมกลุ่มย่อย
วิเคราะห์ด้านตราสินค้า บรรจุภัณฑ์ พบว่า การสร้างตราสินค้าต้องดูไม่ธรรมดา เรียบง่าย แต่สื่อความหมาย สมบูรณ์
พร้อมด้วยสาระและรายละเอียด มีความร่วมสมัย และสอบผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ผู้วิจัยได้ออกแบบตราสินค้าและ
รายละเอียดในฉลากบนบรรจุภัณฑ์ตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยมี Concept design คือ ชื่อตราสินค้า ใช้ชื่อ
แกงน้ำเคย (ภาษาถิ่นใต้) ตราสัญลักษณ์สินค้า ออกแบบโดยใช้ตัวอักษรที่สื่อความหมายถึง แกงเคยปลาโดยตรง
ใช้สัญลักษณ์รูปตัวปลาวางบนตัวอักษร สื่อถึงแกงน้ำเคยต้นตำหรับที่ทำมาจากปลาแท้ๆ ใช้สีแดงและสีเหลือง
ให้ความรู้สึกเข้มข้นถึงใจ สูตรต้นตำหรับปักษ์ใต้ เพื่อให้ตราสินค้ามีความเข้าใจง่าย สื่อสารชัดเจน เข้าถึงผู้บริโภคมากขึ้น
ตัวฉลากสินค้าใช้ภาพประกอบรูปอาหารจริง วางตัวรูปไว้ด้านล่างของฉลากทำให้ผู้บริโภคสามารถเห็นได้ชัดเจน
ชวนให้รู้สึกอยากลิ้มลอง ส่วนตัวพื้นฉลากใช้สีแดง ส้ม เหลือง ให้ความรู้สึกถึงแกงเคยปลาต้นตำหรับแท้ ๆ เข้มข้น
โดยมีลายเส้นรูปปลา ให้ความรู้สึกเคลื่อนไหว สื่อถึงน้ำแกงที่ปรุงใหม่ หอม อร่อย ตัวฉลากได้เพิ่มสัญลักษณ์ลาย
ดอกแก้ว สื่อถึงความเป็นอาหารไทยพื้นบ้าน เพื่อให้ผู้บริโภคเข้าถึงรสชาติต้นตำหรับ และเกิดความต้องการอยากซื้อ
มากขึ้นและประเมินความพึงพอใจตราสินค้า ฉลากบนบรรจุภัณฑ์กับกลุ่มแม่บ้านตำบลเกาะขันธุ์ จำนวน 20 คน
พบว่า ความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=4.56) โดยมีข้อเสนอแนะ คือ ขยายตราสินค้าไปสู่
ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงชนิดอื่นโดยใช้ตราสินค้าชนิดเดียวกันและทำให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้ข้อมูลข่าวสารและสนใจ
ในผลิตภัณฑ์ ผู้วิจัยสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคมีการตรวจวิเคราะห์คุณค่าทางโภชนาการในห้องปฏิบัติการ
วิเคราะห์คุณภาพอาหาร ศูนย์วิทยาศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช
เพื่อนำข้อมูลบรรจุลงไปในตัวฉลากบรรจุภัณฑ์สามารถอ่านข้อมูลได้จากคิวอาร์โค้ด ดังภาพที่ 1

ฉลากโภชนาการแบบ GDA (Guideline Daily Amounts)			
คุณค่าทางโภชนาการของแกงเคยปลาแห้งสำเร็จรูป (40 กรัม)			
พลังงาน	น้ำตาล	ไขมัน	โซเดียม
160 กิโลแคลอรี	0.4 กรัม	3 กรัม	2,488 มิลลิกรัม
*6%	*1%	*5%	*104%
*คิดเป็นร้อยละของปริมาณสูงสุดที่บริโภคได้ต่อวัน			



ภาพที่ 1 ฉลากโภชนาการแบบ GDA และบรรจุภัณฑ์ด้านหน้า ด้านหลัง
ที่มา: Research Center of the Faculty of Science (2024)

การอภิปรายผล

ผลการวิจัยครั้งนี้ชี้ให้เห็นว่า มีการใช้วัตถุดิบและกรรมวิธีการผลิตไม่แตกต่างกันมากนัก ขึ้นอยู่กับวัตถุดิบ
ที่หาได้ในพื้นที่ ความชอบในรสชาติอาหารของแต่ละพื้นที่ (Chancharoen, 2017) รวมถึงอุปนิสัยที่สะสมและ
ถ่ายทอดกันมาชั่วรุ่นลูกหลาน ในส่วนของการนำผลิตภัณฑ์เครื่องแกงมาผสมกันในสัดส่วนที่ต่างกันได้แก่
เครื่องแกงผสมกะปิสำหรับแกง เครื่องแกงผสมกะปิสำหรับทำน้ำพริก และเครื่องแกงผสมกะปิสำหรับแกง : กะปิ
สำหรับทำน้ำพริก 50:50 เมื่อนำมาอบแห้งในอุณหภูมิที่ต่างกันได้ 3 ระดับ พบว่า อุณหภูมิ 105 องศาเซลเซียส
ทำให้ผลิตภัณฑ์พริกแกงมีความชื้นคงเหลือน้อยที่สุด ซึ่งเป็นอุณหภูมิที่ใช้กันทั่วไปในการอบแห้งทั่วไป ที่เป็นดื่อบ

ลมร้อนแบบลูกทุ่ง และมีความเหมาะสมกับการนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาชุมชน เนื่องจากชาวบ้านหรือช่างในชุมชน สามารถผลิตเครื่องมือดังกล่าวมาใช้ได้ในราคาที่ถูกลง ซึ่งจากการทดลองอบเครื่องแกงแห้งที่ทำการศึกษ โดย (Disanam & Rakhawong, 2021) ที่ใช้ตู้อบลมร้อนในห้องปฏิบัติการสามารถอบวัตถุดิบเครื่องแกงจนแห้งที่ อุณหภูมิ 60 องศาเซลเซียส ที่เวลา 2 ชั่วโมง ได้รับคะแนนความชอบสูงสุด ซึ่งเครื่องอบดังกล่าวเป็นเครื่องอบลมร้อน (Hot air Oven) ที่ใช้ในวงการวิทยาศาสตร์การอาหาร สามารถทำความร้อนได้เร็วและมีคุณภาพสูง

สำหรับการทดสอบคุณภาพทางประสาทสัมผัสและการยอมรับของผู้บริโภค ที่ใช้ Hedonic Scale (9 Scale) เป็นแบบทดสอบในการปรุงอาหารโดยใช้แกงเคยปลามวงที่ปริมาณน้ำ 700 มิลลิลิตรต่อการปรุง 1 สำหรับ มีความเหมาะสมที่สุดในการยอมรับของผู้บริโภคในกลุ่มผู้ใช้แรงงาน ซึ่งสอดคล้องกับวิถีชีวิตคนปกติได้ที่ยินทานอาหารที่มีรสชาติจัดจ้าน และบวกกับการใช้แรงงานหนักในภาคการเกษตรและอุตสาหกรรมจำเป็นต้องรับประทานอาหารที่ส่งผลต่อสุขภาพร่างกายโดยรวม

ในส่วนของการพัฒนาผลิตภัณฑ์แกงเคยปลาสู่มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ และสร้างมูลค่าเพิ่ม จากการศึกษาพบว่า เกษตรกรผู้ผลิตแกงเคยปลา ไม่มีความรู้ทั้งมาตรฐานผลิตภัณฑ์ และ อย. ผู้ทำการศึกษาก็ได้ดำเนินการจัดฝึกอบรมและศึกษาดูงาน เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกัน สอดคล้องกับกรณีศึกษา ผลิตภัณฑ์แกงไตปลาคั่วแห้ง ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรโพธิ์เสด็จ ผลการศึกษพบว่า ได้จัดให้มีกิจกรรมการเรียนรู้ร่วมกัน ได้แก่ การให้ความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน การฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับ สุขลักษณะที่ดีในการผลิตอาหาร การเขียนแผนการปรับปรุงการผลิตให้ถูกสุขลักษณะ การศึกษาดูงาน การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน การวิเคราะห์ SWOT เพื่อค้นหาปัญหาและตัวชี้วัดร่วมกัน นอกจากนี้ยังมีการสำรวจ การยอมรับของผู้บริโภคที่มีต่อแกงไตปลาคั่วแห้ง และรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ (Chusri, 2018) และการพัฒนารูปแบบ ผลิตภัณฑ์พริกแกงให้มีรูปแบบที่หลากหลายจึงจะสามารถแข่งขันกับคู่แข่งทางการค้าของผู้ผลิตเครื่องแกง ส่งเสริม และขยายการตลาดจากชุมชน เป็นตลาดดิจิทัล ผู้ประกอบการโรงแรม/ร้านอาหาร/ภัตตาคารและตลาดที่สูงเป็น โมเดิร์นเทรด (Kaewon, 2021)

สำหรับการส่งเสริมการตลาด มิติการสร้างตราสินค้า และฉลากบนบรรจุภัณฑ์ จากการวิเคราะห์ PAOR และ SWOT Analysis ใช้วิธีการสร้างกระบวนการเรียนรู้ร่วมกัน ศึกษาบริบทของชุมชน หาจุดแข็งของกลุ่ม เทียบเคียง และสร้างการรับรู้การสื่อสารผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่รู้จัก ทดลองออกแบบตราสินค้า ฉลากบนบรรจุภัณฑ์ สอดคล้องกับการศึกษาของ (Narkkasem & Pracharat, 2020) ที่พบว่า การโดยนำผลประโยชน์ความต้องการของชุมชน ความต้องการฉลากสินค้า โดยการออกแบบอย่างมีส่วนร่วมต้องสะท้อนมาจากความต้องการของชุมชน การออกแบบ ฉลากพริกพริกแกงด้วยกระบวนการออกแบบอย่างมีส่วนร่วม ข้อมูลในฉลากสามารถสื่อสารกับกลุ่มตัวอย่างได้ ผ่าน สี ตัวอักษร และลวดลายกราฟิก การออกแบบตราสัญลักษณ์จึงเป็นการออกแบบเครื่องหมายจึงเป็นผลของการ ออกแบบกราฟิกที่ เกี่ยวข้องกับสัญลักษณ์ (Symbolism) เป็นภาพสัญลักษณ์ที่ช่วยสร้างเอกลักษณ์ แก่สินค้าและ บริษัทของตน โดยวัตถุประสงค์หลักเพื่อให้มีเอกลักษณ์แบบเฉพาะของตนเอง สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ และเพื่อให้ ผู้พบเห็นจดจำได้ง่าย เกิดความน่าเชื่อถือ หรือตราตรึงผู้บริโภคตลอดไป (Nachaisin, 2015) การตัดสินใจชื่อของ ผู้บริโภคซึ่งรายละเอียดของฉลากสินค้าที่ได้มาตรฐานนั้นต้องอุดมไปด้วยข้อมูล เช่น ชื่อหรือเครื่องหมายการค้า ที่อยู่-สถานที่ตั้ง ที่สามารถติดต่อได้จริง ขนาด หรือจำนวนบรรจุ วิธีใช้ ข้อแนะนำ วันเดือนปีที่ผลิตหรือหมดอายุ ราคา ทั้งนี้ ข้อมูลที่ใส่ลงบนฉลากนั้นต้องเป็นประโยชน์และไม่เกินไปจากความเป็นจริง (Nachaisin, 2015) การมีส่วนร่วมของ ชุมชน จึงเป็นกระบวนการให้บุคคลในชุมชนเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินงานพัฒนา ร่วม คิด ตัดสินใจ แก้ไขปัญหา เน้นการมีส่วนร่วมที่เกี่ยวข้องจึงทำให้ได้ตรา และฉลากที่เหมาะสม

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

การทดลองในครั้งนี้ยกระดับจากเครื่องแกงชนิดเปียกเป็นชนิดแห้งโดยผ่านกระบวนการอบแห้งออกมาเป็นแบบชนิดผง สามารถยืดอายุการเก็บรักษาประมาณ 6 เดือน แต่เป็นเพียงต้นแบบ หากมีการทดลองเชิงลึกมากขึ้นก็สามารถยืดอายุการเก็บรักษาถึง 2 ปี หากมีการพัฒนาต่อควรทำเป็นแบบก้อนจะง่ายต่อการบริโภคและการผลิตของชุมชน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาเพิ่มเติมมิติด้านโภชนาการ เช่น คุณค่าทางโภชนาการ ปริมาณโซเดียม การปรับสูตร รสชาติ
2. ศึกษาเพิ่มเติมผลกระทบต่อชุมชน มิติการส่งเสริมเศรษฐกิจท้องถิ่น และการสืบสานวัฒนธรรมอาหาร

พื้นบ้าน

References

- Chancharoen, K. (2017). *A study on the development of semi-finished fish curry paste*. Bangkok: Kasetsart University Press. (in Thai)
- Chummee, C. (2024). *In-focus-Food-Soft-power-2024*. Retrieved 2023, April 15, from <https://www.scbeic.com/th/detail/product/food-softpower-240724>
- Chusri, W. (2018). Development of shrimp paste products to the community product standards of villagers in Village No. 12, Tha Ruea Subdistrict, Mueang District, Nakhon aSi Thammarat Province. *Journal of Krasawatham*, 12(3), 65-77. (in Thai)
- Disanam, N., & Rakhawong, C. (2021). Development of Chicken Roll Product Supplemented with Banana Flour and Sai Ua Chili Paste. *Journal of Innovative Technology Research*. 5(2), 30-35. (in Thai)
- Food Information Network Center. (2022). *Curry paste*. Retrieved 2022, April 19, from <http://surl.li/buubk>. (in Thai)
- Industrial Standards Institute. (2021). *Industrial Product Standards Office. 2018. Community Product Standards*. Retrieved 2018, June 1, from <http://tcps.tisi.go.th/>. (in Thai)
- Industrial Food Institute, Ministry of Industry. (2022). *Continuous situation of automotive industry in 2022 and trend in 2023*. Retrieved 2022, April 2, from: <https://fic.nfi.or.th/>. (in Thai)
- Kaewon, S. (2021). *Research and development of OTOP products in the Southern curry paste group in Nakhon Si Thammarat Province to increase value based on potential and local resources*. (Research report). Faculty of Agriculture and Faculty of Management Technology, Rajamangala University of Technology Srivijaya, Nakhon Si Thammarat Campus. (in Thai)
- Narkkasem, W., & Pracharat, Y. (2020). *The Community Participatory Chillli Paste Label Design Case study : Summar sheepchoomchonbankhoonrakhon District Samrong, Pak Thong Chai, Nakhon Ratchasima*. (Research report). Nakhon Ratchasima (in Thai)
- Nachaisin, D. (2015). *Basic knowledge of packaging design*. Khon Kaen: Khon Kaen University Printing House. (in Thai)



- Phamorn, N., & Tantiwiphawin, P. (2020). The Knowledge Management of Local Food Culture in Northern Thailand. *Journal of Rangsit Graduate Studies in Business and Social Sciences*, 6(2), 28-44. (in Thai)
- Research Center of the Faculty of Science. (2024). *Analysis Report*. Nakhonsrithamarat: Faculty of Science.
- Thongbunchu, K. (2024). (Interview, July 19, 2024)
- United Nations World Tourism Organization. (2017). *Tourism Highlights 2017 Edition*. Retrieved 2023, May 15, from <http://www.e-unwto.org/>. (in Thai)
- Watts, B. M., Ylimaki, G. L., Jeffery, L. E., & Elias, L. G. (1989). *Basic Sensory Method for Food Evaluation*. Canada: International Development Research Centre.

ผู้เขียน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรพินท์ บุญสิน

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช
เลขที่ 1 หมู่ที่ 4 ตำบลท่าจั่ว อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช 80280
E-mail: orapin_bun@nstru.ac.th

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรรครา ธรรมาธิกุล

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช
เลขที่ 1 หมู่ที่ 4 ตำบลท่าจั่ว อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช 80280
E-mail: akara_tha@nstru.ac.th

ผู้ช่วยศาสตราจารย์วรัณชัย พรหมเกิด

คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช
เลขที่ 1 หมู่ที่ 4 ตำบลท่าจั่ว อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช 80280
E-mail: wannachai_phr@nstru.ac.th

