

## การพัฒนาผลิตภัณฑ์ปลาพองของชุมชนเกาะสุกร ตำบลเกาะสุกร อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง

### Product development of puffed fish for Sukorn community Island, Sukorn Island Sukorn sub-District, Palian District, Trang Province

สุพัฒนชัย โพธิ์แก้ว<sup>1\*</sup>, โชติกานต์ บุญมาปะ<sup>2</sup>, นิชกานต์ เอ็งฉ้วน<sup>3</sup>, ปวีตรา อินทนู<sup>4</sup>, ปาลิตา อาจสุวรรณ<sup>5</sup> และ สุภาวดีนาวนุ่น<sup>6</sup>  
Supatthanachai Pokaew<sup>1\*</sup>, Chotikarn Boonmapa<sup>2</sup>, Nichakan Aengchuan<sup>3</sup>, Pawitra Intanu<sup>4</sup>,  
Palita Artsuwan<sup>5</sup>, Supawadee naunoon<sup>6</sup>

<sup>1\*, 2, 3, 4, 5, 6</sup> สาขาวิชาการพัฒนาชุมชน คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต, จังหวัดภูเก็ต

Community Development Program, Faculty of Humanities and Social Sciences, Phuket Rajabhat University, Phuket

#### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัญหาผลิตภัณฑ์ปลาพองของชุมชนเกาะสุกร ตำบลเกาะสุกร อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง ศึกษาแนวทางการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ปลาพองของชุมชนเกาะสุกร ตำบลเกาะสุกร อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรังและเพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์ปลาพองของชุมชนเกาะสุกร ตำบลเกาะสุกร อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง กลุ่มตัวอย่างมีจำนวนทั้งสิ้น 106 คน ประกอบด้วย กลุ่มผู้นำ 5 คน กลุ่มผู้ปฏิบัติการ 5 คน กลุ่มผู้บริโภค 96 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การสังเกต การสัมภาษณ์ และการสอบถาม พบว่าสภาพปัญหาบรรจุภัณฑ์ปลาพองของชุมชนเกาะสุกร พบว่า บรรจุภัณฑ์ปลาพองของชุมชนที่ใช้ในปัจจุบันยังไม่ได้มาตรฐาน มีลักษณะเป็นถุงพลาสติกใสแบบถุงใส่อาหารธรรมดา มัดด้วยหนังยาง ซึ่งมีรูปลักษณ์ไม่โดดเด่นสวยงาม ไม่มีสติ๊กเกอร์โลโก้ติดบรรจุภัณฑ์ที่บ่งบอกว่าเป็นผลิตภัณฑ์ของชุมชน ด้านผู้ปฏิบัติการ เรื่องปัญหาและอุปสรรคของบรรจุภัณฑ์ปลาพอง พบว่า บรรจุภัณฑ์ไม่มีจุดดึงดูดความสนใจของลูกค้า ไม่มีสิ่งที่แสดงถึงความ เป็นชุมชนเกาะสุกร บางฤดูกาลขาดแคลนปลาทำให้ไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อผลิตภัณฑ์ปลาพองของชุมชนเกาะสุกรก่อนการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ พบว่า ความคิดเห็นที่พึงพอใจมากที่สุด คือ ชาวบ้านรู้จักปลาพอง อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X}=3.38$ ) และความคิดเห็นที่พึงพอใจน้อยที่สุด คือ บรรจุภัณฑ์มีเอกลักษณ์แสดงความเป็นชุมชน อยู่ในระดับน้อยที่สุด ( $\bar{X}=1.76$ ) การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ปลาพองของชุมชนเกาะสุกร พบว่า ผู้วิจัยและผู้ผลิตได้ร่วมกันพัฒนาผลิตภัณฑ์ปลาพองโดยแบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนบรรจุภัณฑ์ มีการใช้กล่องพลาสติกที่สวยงามและแข็งแรงมีขนาดเหมาะสม ส่วนตราสินค้า (โลโก้) มีการนำเอกลักษณ์ของความเป็นชุมชนเกาะสุกรมาออกแบบให้สวยงาม ในด้านการตลาดมีการสร้างเว็บไซต์ (webpage) ผลิตภัณฑ์ของชุมชนใน Facebook ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ปลาพองของชุมชนเกาะสุกรหลังการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ พบว่า ความคิดเห็นที่พึงพอใจมากที่สุด คือ มีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X}=4.60$ ) และความคิดเห็นที่พึงพอใจน้อยที่สุด คือ มีสถานที่ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของชุมชนที่เหมาะสม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=4.13$ )

**คำสำคัญ:** แนวทางการพัฒนา, บรรจุภัณฑ์, ปลาพองชุมชนเกาะสุกร

\*Corresponding author. Tel.: 087-2136122

Email address: Poolom99@gmail.com

xx

## Abstract

This research is a qualitative and quantitative research with the objective which are to study the problems of packaging of puffed fish Koh Sukorn community, Study of guidelines for the development of puffed fish packaging of Koh Sukorn community, and development of puffed fish packaging of Koh Sukorn community, Koh Sukorn district, Palian District, Trang Province. The sample consisted of 106 people. Consisting of a group of 5 leaders, 5 Operation groups and 96 consumer groups. The instruments used in the research, observation interview and questionnaire. Leadership side, The problems of puffed fish packaging of Koh Sukorn community, found that puffed fish packaging of the community that is currently used is not up to standard, it look like a clear plastic bag like a normal food bag, tied with a rubber band. Which has an uniquely beautiful appearance, there are no stickers(logos) attached to the packaging indicating that it is a community product. Operator side, Problems and Obstacles of of puffed fish Packaging, found that the package does not attract customers's attraction, there is no such thing as a Koh Sukorn community. In some seasons lack of fish causing not enough for the consumer demand. Public opinion on of puffed fish products of Koh Sukorn community before packaging development, found that the most satisfactory opinion is the villagers know puffed fish, was at a medium level ( $\bar{X}=3.38$ ). And the least satisfied opinions are The packaging is unique, showing the community, was the smallest level ( $\bar{X}=1.76$ ), The Development of of puffed fish Packaging of Koh Sukorn Community, found that the researchers and manufacturers have jointly developed puffed fish products which is divided into 3 parts Including the packaging section, with the use of beautiful and strong plastic boxes with appropriate sizes. the brand (logo), the identity of the Koh Sukorn community is beautifully designed. In marketing, a webpage of community products has been created on Facebook. Public opinion on of puffed fish product packaging of Koh Sukorn community after packaging development, found that the most satisfactory opinion is The beautiful packaging, was at the highest level ( $\bar{X}=4.60$ ). And the least satisfactory opinions that is, There is a suitable place to develop products and packaging for the community, was at a high level ( $\bar{X}=4.13$ )

**Keywords:** development, Packaging, puffed fish, Sukorn Island

## บทนำ

การสร้างผลิตภัณฑ์จากปลานั้นมีหลายรูปแบบจากทั่วโลก มีการคิดค้นการถนอมอาหารจากปลาหลายกรรมวิธี และผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่นิยมมากที่สุด ในต่างประเทศนั้นคือ อาหารที่แปรรูปจากเนื้อปลาที่บรรจุกระป๋อง ทั้งยังมีการคิดค้นรสชาติและบรรจุภัณฑ์ใหม่อยู่เสมอ เช่นเดียวกับประเทศไทยที่มีการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากปลาหลายประเภทเช่นกัน มีทั้งปลากระป๋อง ปลาร้า ปลาแดดเดียว รวมทั้งการแปรรูปปลาในรูปแบบของการหมักด้วยเกลือ หรือที่รู้จักกันโดยทั่วไปว่า "ปลาสาม" โดยวิธีนี้เป็นการใช้เกลือถนอมอาหาร เนื่องจากเกลือมีความเค็ม จึงทำให้เกลือเป็นตัวช่วยในการกำหนดชนิดของจุลินทรีย์ ซึ่งเกลือจะทำหน้าที่รักษาเนื้อสัมผัส และเพิ่มรสเค็มให้แก่เนื้อปลา (จุฑารัตน์ ทะสระระ และคณะ, 2557)

ประเทศไทยมีคำกล่าวมาตั้งแต่สมัยสุโขทัยว่า "ในน้ำมีปลา ในนามีข้าว" ปลาจึงเป็นแหล่งโปรตีนของคนไทยมาตั้งแต่สมัยโบราณ ประกอบกับประเทศไทยมีแหล่งน้ำขนาดใหญ่ เช่น กว๊านพะเยา บึงบอระเพ็ด และมีแม่น้ำหลายสาย เช่น แม่น้ำเจ้าพระยา แม่น้ำบางปะกง เป็นต้น จึงมีการทำประมงกันอย่างแพร่หลาย การประมงถือเป็นอาชีพหลักที่สำคัญทาง

xx

เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติหลายฉบับ ทำให้ประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งที่มีกิจกรรมทางด้านประมงที่โดดเด่น โดยเฉพาะทางภาคใต้ ภาคกลางตอนล่าง และภาคตะวันออกของประเทศ (Tris T7, 2562)

การทำปลาสาม เป็นการถนอมอาหารจากภูมิปัญญาพื้นบ้านที่สืบทอดกันมาอย่างยาวนาน โดยมีถิ่นผลิตดั้งเดิมในภาคอีสานของไทย ซึ่งปัจจุบันแพร่กระจายทำกันในทุกภาค และต่างมีสูตรที่แตกต่างกัน ทั้งการเลือกใช้ชนิดปลาและส่วนผสมต่าง ๆ จนเกิดเป็นผลิตภัณฑ์ปลาสามหลายรูปแบบในแต่ละท้องถิ่น ซึ่งภาคใต้ก็เป็นอีกภาคหนึ่งที่ได้รับเอาภูมิปัญญาการทำปลาสามมาเช่นกัน ภาคใต้ถือเป็นภูมิภาคหนึ่งของประเทศไทย ตั้งอยู่บนคาบสมุทรหลาย ซึ่งขนานด้วยทะเลอ่าวไทยทางฝั่งตะวันออก และทะเลอันดามันทางฝั่งตะวันตก ทำให้ทุกจังหวัดของภาคมีพื้นที่ติดชายฝั่งทะเล ยกเว้นในจังหวัดยะลา และจังหวัดพัทลุง เนื่องจากสภาพพื้นที่ในภาคใต้ค่อนข้างมีความอุดมสมบูรณ์ ประชากรส่วนใหญ่จึงประกอบอาชีพประมง

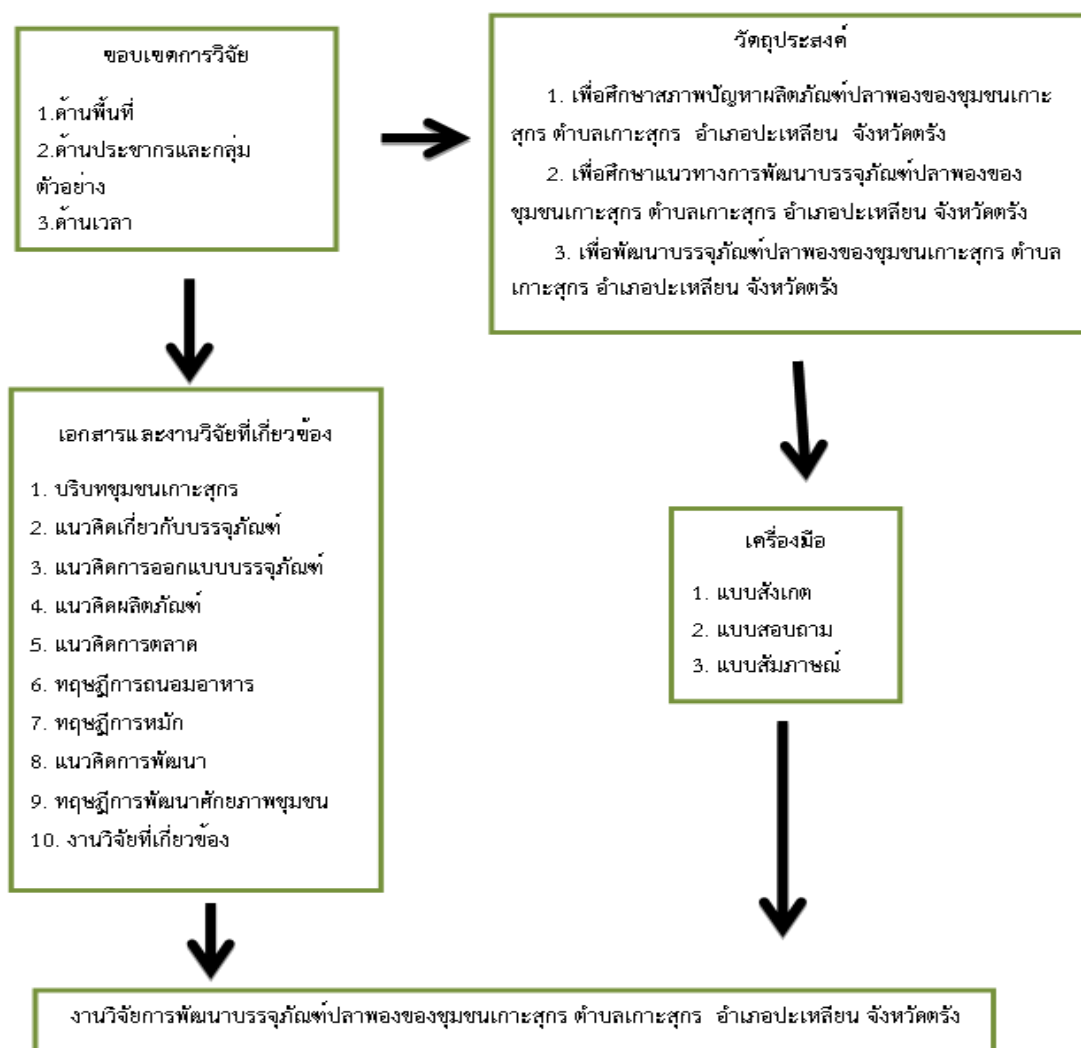
จังหวัดตรัง เป็นจังหวัดหนึ่งที่มีพื้นที่ติดกับทะเลอันดามัน มหาสมุทรอินเดีย มีการแบ่งเขตการปกครองออกเป็น 10 อำเภอ รวมพื้นที่ทั้งหมด 4,917 ตารางกิโลเมตร ลักษณะภูมิประเทศโดยทั่วไปของจังหวัดตรัง มีสภาพพื้นที่เป็นเนินสูง ๆ ต่ำ ๆ สลับด้วยเขาเล็ก ๆ กระจายอยู่ทั่วไป พื้นที่ค่อนข้างราบเรียบมีจำนวนน้อย ซึ่งใช้เพาะปลูกข้าว ทางทิศตะวันออกมีเทือกเขาบรรทัดยาวจากเหนือจดตอนใต้ และเป็นเส้นแบ่งเขตแดนจังหวัดตรังกับจังหวัดพัทลุง มีเนื้อที่ป่าเกือบร้อยละ 20 ของเนื้อที่จังหวัด ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่แถบเทือกเขาบรรทัด ลักษณะดินส่วนใหญ่เป็นดินร่วนปนทราย สภาพป่าเป็นป่าดิบชื้น มีป่าชายเลนที่ยังคงอยู่ในสภาพที่อุดมสมบูรณ์ในบริเวณที่อยู่ติดชายทะเล และมีลำน้ำสำคัญ ๆ 3 สาย อันได้แก่ แม่น้ำตรัง แม่น้ำปะเหลียน คลองกะลาแสะและต้นน้ำ มีชายฝั่งด้านตะวันตก ติดทะเลอันดามันที่ยาวถึง 119 กม. กับเกาะต่าง ๆ กระจาย อยู่กว่า 46 เกาะ ชาวตรังส่วนใหญ่มีอาชีพในการเกษตร การเกษตรที่สำคัญของชาวจังหวัดตรังคือ การทำสวนยางพารา ส่วนอาชีพในการเพาะปลูกอื่น ๆ รองลงไปคือ การทำนา ทำสวนมะพร้าว สวนผลไม้ เช่น เงาะ ทุเรียน กาแฟ และในบางท้องที่มีการทำสวนพริกไทย สำหรับประชาชนที่อยู่แถบชายฝั่งทะเลอันดามัน มหาสมุทรอินเดียมีการประกอบอาชีพประมงเป็นหลัก โดยอยู่ในพื้นที่ 5 อำเภอ ได้แก่ อำเภอปะเหลียน อำเภอกันตัง อำเภอสิเกา อำเภอหาดสำราญ และอำเภอย่านตาขาว ดังนั้นอาชีพประมงจึงเป็นอาชีพที่สร้างรายได้หลักที่สำคัญอย่างหนึ่งของจังหวัดตรัง

ในชุมชนตำบลเกาะสุกร อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง ชาวบ้านที่นี่ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพประมงมีรายได้จากการแล่นเรือออกไปหาปลา แล้วนำไปวางขายที่ตลาด แต่เนื่องด้วยปริมาณปลาที่มีจำนวนมาก ทำให้ขายได้ไม่หมด เกิดการล้นตลาด จึงคิดหาแนวทางจัดการกับปริมาณปลาที่ขายไม่หมดเหล่านี้ด้วยการนำปลามาถนอมอาหาร โดยการแปรรูปเป็นปลาพอง เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับปลา และสามารถเก็บรักษาได้นานยิ่งขึ้น (องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะสุกร, 2558)

ดังนั้น ผู้วิจัยสนใจจะศึกษาว่ากลุ่มชาวบ้านในชุมชนตำบลเกาะสุกร อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง ได้มีส่วนร่วมในการทำผลิตภัณฑ์ปลาพองอย่างไรให้ถูกสุขลักษณะ ไม่ว่าจะเป็นการมีส่วนร่วมในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ปลาพอง การมีส่วนร่วมในการส่งเสริมการประกอบอาชีพประมง การส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาและพัฒนาอาชีพในชุมชน ทำให้กลุ่มวิจัยเล็งเห็นความสำคัญของผลิตภัณฑ์ปลาพอง จึงอยากจะทำศึกษาบริบทและแนวทางในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ปลาพองของชุมชนเกาะสุกร

### จุดประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาบรรจุภัณฑ์ของปลาพองของชุมชนเกาะสุกร ตำบลเกาะสุกร อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง
2. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ปลาพองของชุมชนเกาะสุกร ตำบลเกาะสุกร อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง
3. เพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์ปลาพองของชุมชนเกาะสุกร ตำบลเกาะสุกร อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลจากผู้ที่เกี่ยวข้องหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยตรง เพื่อให้ได้ความรู้ความเข้าใจในเชิงลึก ในปรากฏการณ์จริง ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

#### 1. ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

**ประชากร** ได้แก่ ประชากรทั้งหมดในชุมชนเกาะสุกร ตำบลเกาะสุกร อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง จำนวน 2,614 คน  
**กลุ่มตัวอย่าง** จำนวน 106 คน แบ่งเป็น 1. ผู้นำชุมชน จำนวน 5 คน 2. กลุ่มปฏิบัติการ จำนวน 5 คน 3. กลุ่มผู้บริโภค จำนวน 96 คน จำนวนกลุ่มตัวอย่างได้นำแนวคิดในการคำนวณจากตารางสูตรของ TARO YAMANE (10%)

## 2. เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณการรวบรวมข้อมูลแนวทางการพัฒนาบรรจุภัณฑ์มีเครื่องมือ ดังนี้

1.1 การสังเกต (Observation) การลงพื้นที่ไปศึกษาชุมชน เพื่อสังเกตพฤติกรรมในการทำงาน และขั้นตอนการทำปลาพองของชาวบ้านผู้ปฏิบัติ

### 1.2 การสัมภาษณ์

1.2.1 การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง เป็นการสัมภาษณ์ที่ผู้วิจัยเตรียมคำถามไว้ล่วงหน้าโดยการจัดทำแบบสัมภาษณ์เรื่องสภาพปัญหาบรรจุภัณฑ์ปลาพองและข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปลาพอง ใช้สำหรับสัมภาษณ์ผู้นำชุมชนและผู้ปฏิบัติ

1.2.2 การสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง เป็นการสัมภาษณ์ที่ผู้วิจัยไม่ได้จัดเตรียมคำถามไว้ล่วงหน้า โดยการลงชุมชนไปสัมภาษณ์ชาวบ้านในเรื่องสภาพปัญหาบรรจุภัณฑ์ปลาพอง และความต้องการรูปแบบบรรจุภัณฑ์

1.3 แบบสอบถาม ใช้สำหรับสอบถามประชาชนชุมชนเกาะสุกร จำนวน 96 คน เพื่อศึกษาความคิดเห็นที่มีต่อกลุ่มผู้ผลิตปลาพอง ซึ่งสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ ช่วงอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ และสอบถามความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ปลาพองก่อนและหลังพัฒนามีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับคือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

## 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย อาศัยข้อมูลหลัก 2 ประการ โดยการสังเกต การสัมภาษณ์และวิเคราะห์เนื้อหาจากเอกสาร ดังนี้

3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) คือ ข้อมูลที่ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลจากการศึกษาภาคสนาม โดยการสำรวจทรัพยากรในพื้นที่ สังเกตพื้นที่ และกิจกรรมกลุ่มแบบสำรวจกับแบบสัมภาษณ์โดยกำหนดประเด็นในการจัดเก็บข้อมูลและการไปลงชุมชนด้วยตนเอง

3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) คือ การเก็บรวบรวมข้อมูล ข้อความ ตัวเลข สิ่งพิมพ์ จากเอกสารในหมู่บ้านของกลุ่มเป้าหมาย และข้อมูลทางราชการ บริบทชุมชน และแผนที่ชุมชน ตลอดจนการค้นคว้างานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกันเพื่อรวบรวมองค์ความรู้ แนวทางการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ปลาพองของชุมชนเกาะสุกร ตำบลเกาะสุกร อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง

## ผลการวิจัยและการอภิปรายผล

การวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ปลาพองของชุมชนเกาะสุกร ตำบลเกาะสุกร อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัญหาบรรจุภัณฑ์ปลาพองของชุมชนเกาะสุกร ศึกษาแนวทางการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ปลาพองของชุมชนเกาะสุกร และพัฒนาบรรจุภัณฑ์ปลาพองของชุมชนเกาะสุกร ตำบลเกาะสุกร อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง โดยมีผลการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไปนี้

1. ศึกษาสภาพปัญหาบรรจุภัณฑ์ปลาพองของชุมชนเกาะสุกร ตำบลเกาะสุกร อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง พบว่าลักษณะบรรจุภัณฑ์ปลาพองของชุมชนที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน ผลิตภัณฑ์ปลาพองของชุมชนเกาะสุกรนั้น เป็นบรรจุภัณฑ์ที่มี

xx

ลักษณะแบบธรรมดา คือ นำปลาพองมาใส่ถุงพลาสติกเช่นเดียวกับถุงใส่แกง แล้วมัดด้วยหนังยาง โดยไม่มีสติ๊กเกอร์ที่เป็นโลโก้และบรรจุภัณฑ์ไม่มีความดึงดูดใจของผู้บริโภคมากนัก แนวทางการแก้ไขปัญหาการทำบรรจุภัณฑ์ปลาพอง ปรับปรุงบรรจุภัณฑ์แบบเดิม โดยมีการเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์จากการใส่ถุงพลาสติกมัดหนังยาง แล้วนำมาใส่กล่องพลาสติก ติดสติ๊กเกอร์โลโก้ที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน แล้วนำมาจำหน่ายเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อสร้างหรือเพิ่มมูลค่าให้ปลาพองความต้องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ปลาพอง ต้องการมีความสนใจพัฒนาบรรจุภัณฑ์มาก เพราะทุกวันนี้กลุ่มผู้ปฏิบัติการทำขายปลีกในชุมชนถุงละ 10 บาท แต่ถ้าขายส่งตกลุงละ 8 บาท ในกรณีจำนวนมากทำให้แม่ค้าได้กำไรน้อยมาก แต่ถ้ามีบรรจุภัณฑ์สวย ๆ จะดึงดูดใจผู้บริโภคและสามารถเพิ่มมูลค่า ทำให้นำไปเป็นผลิตภัณฑ์ของชุมชนได้ รูปลักษณะบรรจุภัณฑ์ต่อความต้องการของตลาด ผลิตภัณฑ์ปลาพองในชุมชนเกาะสุกร บรรจุภัณฑ์ที่ใช้ในปัจจุบันนี้ มีรูปร่างที่ไม่ตรงต่อความต้องการของตลาดมากนัก เพราะเป็นบรรจุภัณฑ์ที่ไม่ค่อยดึงดูดใจต่อผู้บริโภคทำให้มีความต้องการที่จะปรับปรุงและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ การประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์เพื่อให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย ควรมีการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ในช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ Social Media Facebook หรือเพจผลิตภัณฑ์ของชุมชนเพื่อให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวกันอย่างแพร่หลาย

## 2. ศึกษาแนวทางการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ปลาพองของชุมชนเกาะสุกร ตำบลเกาะสุกร อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง

ตารางที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูล	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
<b>เพศ</b>		
ชาย	36	37.5
หญิง	60	62.5
<b>รวม</b>	<b>96</b>	<b>100</b>
<b>ช่วงอายุ</b>		
ต่ำกว่า 18 ปี	1	1
18-25 ปี	15	16
25-35 ปี	26	27
35-50 ปี	28	29
50-60 ปี	22	23
มากกว่า 61 ปี	4	4
<b>รวม</b>	<b>96</b>	<b>100</b>

ข้อมูล	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
<b>ระดับการศึกษา</b>		
ประถม	34	35
มัธยม	24	25
อนุปริญญา	21	22
ปริญญาตรี	17	18

xx

ปริญญาโท	0	0
<b>รวม</b>	<b>96</b>	<b>100</b>
<b>อาชีพ</b>		
รับราชการ-รัฐวิสาหกิจ	0	0
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	17	18
รับจ้าง/เกษตรกร	32	33
พนักงานจ้างบริษัท	9	9
ธุรกิจส่วนตัว	28	29
นิสิต/นักศึกษา	10	10
<b>รวม</b>	<b>96</b>	<b>100</b>
<b>รายได้</b>		
ต่ำกว่า 5,000 บาท	12	12.5
5,000-10,000	39	41
10,000-15,000	36	37.5
15,000-20,000	9	9
มากกว่า 20,000	0	0
<b>รวม</b>	<b>96</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศชาย 36 คน (ร้อยละ 37.5) เพศหญิง 60 คน (ร้อยละ 62.5) รวม 96 คน อายุต่ำกว่า 18 ปี 1 คน (ร้อยละ 1) อายุ 18-25ปี 15 คน (ร้อยละ 16) อายุ 25-35 ปี 26 คน (ร้อยละ 27) อายุ 35-50 ปี 28 คน (ร้อยละ 29) อายุ 50-60 ปี 22 คน (ร้อยละ 22) อายุ มากกว่า 61 ปี 4 คน (ร้อยละ 4) รวม 96 คน ระดับประถมศึกษา 34 คน (ร้อยละ 35) ระดับมัธยม 24 คน (ร้อยละ 25) อนุปริญญา 21 คน (ร้อยละ 22) ระดับปริญญาตรี 17 คน (ร้อยละ 18) ระดับปริญญาโท 0 คน รวม 96 คน อาชีพรับราชการ-รัฐวิสาหกิจ 0 คน อาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน 17 คน (ร้อยละ 18) อาชีพรับจ้าง/เกษตรกร 32 คน (ร้อยละ 33) อาชีพพนักงานจ้างบริษัท 9 คน (ร้อยละ 9) อาชีพธุรกิจส่วนตัว 28 คน (ร้อยละ 29) อาชีพนิสิต/นักศึกษา 10 คน (ร้อยละ 10) รวม 96 คน รายได้ต่ำกว่า 5000 บาท จำนวน 12 คน (ร้อยละ 12.5) รายได้ 5,000-10,000 จำนวน 39 คน (ร้อยละ 41) รายได้ 10,000 -15,000 บาท จำนวน 36 คน (ร้อยละ 37.5) รายได้ 15,000-20,000 จำนวน 9 คน (ร้อยละ 9) รายได้มากกว่า 20,000 จำนวน 0 คน รวม 96 คน

ตารางที่ 2 ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ปลาพอง

รายละเอียด	$\bar{X}$	SD	ระดับ
<b>ด้านความเข้าใจ</b>			
1. ท่านรู้จักปลาพอง	3.38	0.68	ปานกลาง
2. ท่านทราบประโยชน์หรือคุณค่าปลาพอง	3.19	0.64	ปานกลาง
3. ท่านทราบถึงกระบวนการผลิตปลาพอง	3.31	0.66	ปานกลาง
<b>ด้านภาพลักษณ์บรรจุภัณฑ์</b>			
1. มีความหลากหลาย	2.22	0.44	น้อย

2.มีบรรจุกณ์ที่ที่สวยงาม	2.04	0.41	น้อย
3. บรรจุกณ์ที่มีความน่าสนใจ	1.96	0.39	น้อย
4.บรรจุกณ์ที่มีรูปลักษณ์ตรงต่อความต้องการของตลาด	2.10	0.42	น้อย
5. บรรจุกณ์ที่มีเอกลักษณ์แสดงความเป็นชุมชน	1.76	0.35	น้อยที่สุด
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>			
1.โฆษณาประชาสัมพันธ์ เช่น โปสเตอร์ ใบปลิว นิตยสาร สื่อมีเดีย	2.05	0.41	น้อย
2.มีการนำผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายอย่างแพร่หลาย	2.45	0.49	น้อย
3.มีสถานที่ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุกณ์ของชุมชนที่เหมาะสม	2.39	0.48	น้อย
4.มีการส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์และบรรจุกณ์ของชุมชนที่ชัดเจน	2.26	0.45	น้อย
<b>รวมทุกด้าน</b>	<b>2.43</b>	<b>0.49</b>	<b>น้อย</b>

จากตารางที่ 2 พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ( $\bar{X} = 2.43, SD = 0.49$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ปรากฏว่า ชาวบ้านรู้จักปลาพอง อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.38, SD = 0.68$ ) ทราบประโยชน์หรือคุณค่าปลาพอง อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.19, SD = 0.64$ ) ท่านทราบถึงกระบวนการผลิตปลาพอง อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.31, SD = 0.66$ ) มีความหลากหลายอยู่ในระดับน้อย ( $\bar{X} = 2.22, SD = 0.44$ ) มีบรรจุกณ์ที่สวยงาม อยู่ในระดับน้อย ( $\bar{X} = 2.04, SD = 0.41$ ) บรรจุกณ์ที่มีความน่าสนใจ อยู่ในระดับน้อย ( $\bar{X} = 1.96, SD = 0.39$ ) บรรจุกณ์ที่มีรูปลักษณ์ตรงต่อความต้องการของตลาด อยู่ในระดับน้อย ( $\bar{X} = 2.10, SD = 0.42$ ) บรรจุกณ์ที่มีเอกลักษณ์แสดงความเป็นชุมชน อยู่ในระดับน้อยที่สุด ( $\bar{X} = 1.76, SD = 0.35$ ) การโฆษณาประชาสัมพันธ์/ประชาสัมพันธ์ เช่น โปสเตอร์ ใบปลิว นิตยสาร สื่อมีเดีย อยู่ในระดับน้อย ( $\bar{X} = 2.05, SD = 0.41$ ) มีการจัดผลิตภัณฑ์พิเศษในช่วงเทศกาลสำคัญต่าง ๆ เช่น เทศกาลปีใหม่ อยู่ในระดับน้อย ( $\bar{X} = 2.41, SD = 0.48$ ) มีการนำผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายอย่างแพร่หลาย อยู่ในระดับน้อย ( $\bar{X} = 2.45, SD = 0.49$ ) มีสถานที่ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุกณ์ของชุมชนที่เหมาะสม อยู่ในระดับน้อย ( $\bar{X} = 2.39, SD = 0.48$ ) มีการส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์และบรรจุกณ์ของชุมชนที่ชัดเจน อยู่ในระดับน้อย ( $\bar{X} = 2.26, SD = 0.45$ )

### 3. เพื่อพัฒนาบรรจุกณ์ปลาพองของชุมชนเกาะสุกร ตำบลเกาะสุกร อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง

ตารางที่ 3 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
<b>เพศ</b>		
ชาย	40	41.7
หญิง	56	58.3
<b>รวม</b>	<b>96</b>	<b>100</b>
<b>ช่วงอายุ</b>		
ต่ำกว่า 18 ปี	0	0
18-25 ปี	13	14
25-35 ปี	25	26
35-50 ปี	32	33



xx

ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
50-60 ปี	21	22
มากกว่า 61 ปี	5	5
<b>รวม</b>	<b>96</b>	<b>100</b>
<b>ระดับการศึกษา</b>		
ประถมศึกษา	46	48
มัธยม	37	39
อนุปริญญา	10	10
ปริญญาตรี	3	3
ปริญญาโท	0	0
<b>รวม</b>	<b>96</b>	<b>100</b>
<b>อาชีพ</b>		
รับราชการ-รัฐวิสาหกิจ	5	5
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	25	26
รับจ้าง/เกษตรกร	46	48
พนักงานจ้างบริษัท	3	3
ธุรกิจส่วนตัว	15	16
นิสิต/นักศึกษา	2	2
<b>รวม</b>	<b>96</b>	<b>100</b>
<b>อาชีพ</b>		
รับราชการ-รัฐวิสาหกิจ	5	5
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	25	26
รับจ้าง/เกษตรกร	46	48
พนักงานจ้างบริษัท	3	3
ธุรกิจส่วนตัว	15	16
นิสิต/นักศึกษา	2	2
<b>รวม</b>	<b>96</b>	<b>100</b>
<b>รายได้</b>		
ต่ำกว่า 5,000	15	16
5,000-10,000	36	38
10,000-15,000	39	41
15,000-20,000	6	6
มากกว่า 20,000	0	0
<b>รวม</b>	<b>96</b>	<b>100</b>

xx

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศชาย 40 คน (ร้อยละ 41.7) เพศหญิง 56 คน (ร้อยละ 58.3) รวม 96 คนจา อายุต่ำกว่า 18 ปี 0 คน อายุ 18-25ปี 13 คน (ร้อยละ 14) อายุ 25-35 ปี 25 คน (ร้อยละ 26) อายุ 35-50 ปี 32 คน (ร้อยละ 33) อายุ 50-60 ปี 21 คน (ร้อยละ 22) อายุ มากกว่า 61 ปี 5 คน (ร้อยละ 5) รวม 96 คน ระดับประถมศึกษา 46 คน (ร้อยละ 48) ระดับมัธยม 37 คน (ร้อยละ 39) อนุปริญญา 10 คน (ร้อยละ 10)ระดับปริญญาตรี 3 คน (ร้อยละ 3) ระดับปริญญาโท 0 คน รวม 96 คน อาชีพรับราชการ-รัฐวิสาหกิจ 5 คน อาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน 25 คน (ร้อยละ 26) อาชีพรับจ้าง/เกษตรกร 46 คน (ร้อยละ 48) อาชีพพนักงานจ้างบริษัท 3 คน (ร้อยละ 3) อาชีพธุรกิจส่วนตัว 15 คน (ร้อยละ 16) อาชีพนิสิต/นักศึกษา 2 คน(ร้อยละ 2) รวม 96 คน รายได้ต่ำกว่า 5000 บาท จำนวน 15 คน (ร้อยละ 16) รายได้ 5,000-10,000 จำนวน 36 คน (ร้อยละ 38) รายได้ 10,000 -15,000 บาท จำนวน 39 คน (ร้อยละ 41) รายได้ 15,000-20,000 จำนวน 6 คน (ร้อยละ 6) รายได้มากกว่า 20,000 จำนวน 0 คน รวม 96 คน

ตารางที่ 4 ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ปลาพองหลังพัฒนาบรรจุภัณฑ์

รายละเอียด	$\bar{X}$	SD	ระดับ
<b>ด้านภาพลักษณ์บรรจุภัณฑ์</b>			
1.มีความหลากหลาย	4.59	0.92	มากที่สุด
2.มีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม	4.60	0.92	มากที่สุด
3. บรรจุภัณฑ์มีความน่าสนใจ	4.52	0.90	มากที่สุด
4.บรรจุภัณฑ์มีรูปลักษณ์ตรงต่อความต้องการของตลาด	4.48	0.90	มากที่สุด
5. บรรจุภัณฑ์มีเอกลักษณ์แสดงความเป็นชุมชน	4.52	0.90	มากที่สุด
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>			
1.การโฆษณาประชาสัมพันธ์ เช่น โปสเตอร์ ใบปลิว นิตยสาร สื่อมิเดีย	4.48	0.90	มากที่สุด
2.มีการจัดผลิตภัณฑ์พิเศษในช่วงเทศกาลสำคัญต่างๆ เช่น เทศกาลปีใหม่	4.38	0.88	มากที่สุด
3.มีการนำผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายอย่างแพร่หลาย	4.31	0.86	มากที่สุด
4.มีสถานที่ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของชุมชนที่เหมาะสม	4.13	0.83	มาก
5.มีการส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของชุมชนที่ชัดเจน	4.23	0.85	มากที่สุด
<b>รวมทุกด้าน</b>	<b>4.42</b>	<b>0.88</b>	<b>มากที่สุด</b>

จากตารางที่ 4 พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ( $\bar{X}$  = 4.42, SD = 0.88) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ปรากฏว่า บรรจุภัณฑ์มีความหลากหลายอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X}$  = 4.59, SD = 0.92) มีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม อยู่ในระดับมากที่สุด  $\bar{X}$  = 4.60 SD = 0.92 บรรจุภัณฑ์มีความน่าสนใจ อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X}$  = 4.52, SD = 0.90)บรรจุภัณฑ์มีรูปลักษณ์ตรงต่อความต้องการของตลาด อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X}$  = 4.48, SD = 0.90) บรรจุภัณฑ์มีเอกลักษณ์แสดงความเป็นชุมชน อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X}$  = 4.52, SD = 0.90) การการโฆษณาประชาสัมพันธ์/ประชาสัมพันธ์ เช่น โปสเตอร์ ใบปลิว นิตยสาร สื่อมิเดีย อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X}$  = 4.48, SD = 0.90) มีการจัดผลิตภัณฑ์พิเศษในช่วงเทศกาลสำคัญต่าง ๆ เช่น เทศกาลปีใหม่ อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X}$  = 4.38, SD = 0.88) มีการนำผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายอย่างแพร่หลาย อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X}$  = 4.31, SD = 0.86) มีสถานที่ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของชุมชนที่เหมาะสม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 4.13, SD = 0.83) มีการส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของชุมชนที่ชัดเจน อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X}$  = 4.23, SD = 0.85)

## การอภิปรายผล.

### 1. สภาพปัญหาบรรจุภัณฑ์ปลาของชุมชนเกาะสุกร อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง

ลักษณะบรรจุภัณฑ์ปลาของชุมชนที่ใช้ในปัจจุบัน พบว่า บรรจุภัณฑ์ปลาตอนนี้ยังไม่ได้มาตรฐานเพราะเป็นการทำแบบชาวบ้านง่าย ๆ มีลักษณะเป็นถุงพลาสติกใสแบบถุงใส่อาหารธรรมดา มัดด้วยหนังยาง ซึ่งมีรูปลักษณ์ไม่โดดเด่นสวยงาม ไม่มีสติ๊กเกอร์โลโก้ติดบรรจุภัณฑ์ที่บ่งบอกว่าเป็นผลิตภัณฑ์ของชุมชน ทำให้ไม่ทราบว่าเป็นผลิตภัณฑ์ใดหรือมีส่วนประกอบใดบ้าง จึงไม่ดึงดูดใจต่อผู้บริโภค และไม่สามารถขายในราคาที่สูงได้

แนวทางการแก้ไขปัญหาการทำบรรจุภัณฑ์ปลาของพบว่า การปรับปรุงบรรจุภัณฑ์แบบเดิมโดยการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีลักษณะโดดเด่นและสวยงาม ซึ่งบรรจุภัณฑ์อาจจะเป็นกล่องหรือกระปุกที่มีความแข็งแรง สะดวกต่อการเก็บรักษาได้นาน ที่สำคัญคือมีสิ่งบ่งบอกความเป็นชุมชนเพื่อให้เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนเกาะสุกรที่มีเอกลักษณ์ แล้วจัดทำจำหน่ายเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ปลาของนี้ได้ แนวทางการอนุรักษ์การทำผลิตภัณฑ์ปลาของพบว่า คนในชุมชนให้ความร่วมมือกันที่จะช่วยอนุรักษ์การทำปลาของ ซึ่งกลุ่มผู้ปฏิบัติที่ทำปลาของของชุมชนมีการถ่ายทอดความรู้วิธีการทำปลาของ และสอนวิธีการให้กับคนในชุมชน โดยเฉพาะรุ่นลูกหลานเพื่อช่วยกันสืบทอดวิธีการทำปลาของให้มีอยู่ในชุมชนต่อไป รูปลักษณ์บรรจุภัณฑ์ต่อความต้องการของตลาดพบว่า บรรจุภัณฑ์ปลาของที่ใช้ในปัจจุบันมีรูปลักษณ์ที่ไม่สวยงาม ไม่ดึงดูดผู้บริโภคและกลุ่มนักท่องเที่ยวมากนัก หากมีการปรับปรุงหรือพัฒนาตัวบรรจุภัณฑ์ก็จะทำให้เป็นที่ต้องการของตลาดมากขึ้น โดยการคิดทำบรรจุภัณฑ์ในรูปแบบใหม่ที่ใส่กล่องพลาสติกและมีสติ๊กเกอร์โลโก้ที่บ่งบอกว่าเป็นผลิตภัณฑ์ปลาของ จะสามารถตอบสนองความพึงพอใจของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ปลาของของชุมชนเกาะสุกรเพื่อนำไปเป็นของฝากได้ การประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์เพื่อให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายพบว่า มีการประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อโซเชียล เนื่องจากปัจจุบันเป็นยุคของสังคมสื่อออนไลน์เชื่อมต่อกันได้ทั่วทั้งโลก การสร้างเว็บไซต์หรือเว็บเพจผลิตภัณฑ์ของชุมชนใน Facebook จะช่วยให้กลุ่มผู้บริโภคและนักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลและผลิตภัณฑ์ของชุมชนเกาะสุกร สามารถติดต่อสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ของชุมชนได้ ทำให้รู้จักผลิตภัณฑ์ปลาของและผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ของชุมชนได้อย่างแพร่หลาย ช่วยสร้างอาชีพและรายได้ให้กับคนในชุมชนเพิ่มมากขึ้น

2. ด้านความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อผลิตภัณฑ์ปลาของชุมชนเกาะสุกร ตำบลเกาะสุกร อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง ก่อนการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ พบว่า ชาวบ้านรู้จักปลาของ อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.38$ ) การทราบประโยชน์หรือคุณค่าปลาของ อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.19$ ) การทราบถึงกระบวนการผลิตปลาของ อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.31$ ) มีความหลากหลายอยู่ในระดับน้อย ( $\bar{X} = 2.22$ ) มีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม อยู่ในระดับน้อย ( $\bar{X} = 2.04$ ) บรรจุภัณฑ์มีความน่าสนใจ อยู่ในระดับน้อย ( $\bar{X} = 1.96$ ) บรรจุภัณฑ์มีรูปลักษณ์ตรงต่อความต้องการของตลาด อยู่ในระดับน้อย ( $\bar{X} = 2.10$ ) บรรจุภัณฑ์มีเอกลักษณ์แสดงความเป็นชุมชน อยู่ในระดับน้อยที่สุด ( $\bar{X} = 1.76$ ) การประชาสัมพันธ์/ประชาสัมพันธ์ เช่น โปสเตอร์ ใบปลิว นิตยสาร สื่อมีเดีย อยู่ในระดับน้อย ( $\bar{X} = 2.05$ ) มีการจัดผลิตภัณฑ์พิเศษในช่วงเทศกาลสำคัญต่าง ๆ เช่น เทศกาลปีใหม่ อยู่ในระดับน้อย ( $\bar{X} = 2.41$ ) มีการนำผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายอย่างแพร่หลาย อยู่ในระดับน้อย ( $\bar{X} = 2.45$ ) มีสถานที่ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของชุมชนที่เหมาะสม อยู่ในระดับน้อย ( $\bar{X} = 2.39$ ) มีการส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของชุมชนที่ชัดเจน อยู่ในระดับน้อย ( $\bar{X} = 2.05$ )

### 5.3 ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ปลาของชุมชนเกาะสุกร ตำบลเกาะสุกร อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง หลังการพัฒนาบรรจุภัณฑ์

คนพบว่า บรรจุภัณฑ์มีความหลากหลายอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.59$ ) มีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.60$ ) บรรจุภัณฑ์มีความน่าสนใจ อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.52$ ) บรรจุภัณฑ์มีรูปลักษณ์ตรงต่อความต้องการของตลาด อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.48$ ) บรรจุภัณฑ์มีเอกลักษณ์แสดงความเป็นชุมชน อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.52$ )

xx

การการโฆษณาประชาสัมพันธ์/ประชาสัมพันธ์ เช่น โปสเตอร์ ใบปลิว นิตยสาร สื่อมีเดีย อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.48$ ) มีการจัดผลิตภัณฑ์พิเศษในช่วงเทศกาลสำคัญต่าง ๆ เช่น เทศกาลปีใหม่ อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.38$ ) มีการนำผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายอย่างแพร่หลาย อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.31$ ) มีสถานที่ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของชุมชนที่เหมาะสม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.13$ ) มีการส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของชุมชนที่ชัดเจน อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.23$ )

## กิตติกรรมประกาศ

คณะผู้วิจัยขอขอบคุณ กลุ่มผู้นำ ผู้ปฏิบัติการ และชาวชุมชนเกาะสุกร ตำบลเกาะสุกร อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรังทุกท่านที่ให้ความร่วมมือ ขอขอบคุณผู้ที่ให้ความร่วมมือ และสนับสนุนงานวิจัยทุกภาคส่วน ขอขอบคุณสาขาวิชาการพัฒนาชุมชน คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ที่เปิดโอกาสให้ได้ทำงานวิจัยชุมชน และขอขอบคุณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ที่เปิดโอกาสให้คณะผู้วิจัยมีโอกาสได้นำเสนอผลงานวิจัยเพื่อชุมชนในครั้งนี้

## การอ้างอิง

- เกศินี จุฑาวิจิตร. (2548). **แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนา**. กรุงเทพฯ : ธรรมศาสตร์, ศูนย์หนังสือ.
- ขุนแผน ตุ่มทองคำ. (2560). **ตำราการออกแบบบรรจุภัณฑ์**. เพชรบูรณ์ : มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์.
- คณินิจ ภัคตังค์. (2543). **การถนอมอาหาร : เอกสารประกอบการสอน**. ภูเก็ต : คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี สถาบันราชภัฏภูเก็ต.
- จิตติมา เสือทอง, นางสาวมัทนา โมรากุล และ นางสาววรฤทัย หาญโชติพันธ์. (2555). **การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ขนมทองพับ กลุ่มสตรีแม่บ้านเขี้ยวขจี จังหวัดนนทบุรี**. (รายงานวิจัย). มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- ปณิศา ลัญชานนท์. (2548). **หลักการตลาด= Pricipels of marketing**. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ปรีชา ชลวัฒน์พงศ์. (2551). **หลักการตลาด**. กรุงเทพฯ : มลชลการพิมพ์.
- ปุ่น คงเจริญเกียรติ , สมพร คงเจริญเกียรติ. (2541). **พัฒนาการของบรรจุภัณฑ์อาหาร**. กรุงเทพฯ : นิธิยา รัตนานนท์. (2558). **หลักการแปรรูปอาหารเบื้องต้น**. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- วิวัฒน์ จันทร์กิ่งทอง, และคณะ. (2561). **การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และป้ายฉลากเครื่องแกงตำมือบ้านทุ่งชุมพลพัฒนา ตำบลลานข่อย อำเภอป่าพะยอม จังหวัดพัทลุง**. (รายงานวิจัย). มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- ศูนย์ข้อมูลประเทศไทย. (2554). **เมืองตรัง**. สืบค้นเมื่อ 3 กรกฎาคม 2562, จาก <http://trang.kapook.com>.
- เส้นทางเศรษฐกิจออนไลน์. (2562). **ปลาต้ม**. สืบค้นเมื่อ 3 กรกฎาคม 2562, จาก [www.sentangsedtee.com](http://www.sentangsedtee.com).
- องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะสุกร. (2558). **สภาพและข้อมูลพื้นฐานตำบลเกาะสุกร**. สืบค้นเมื่อ 3 กรกฎาคม 2562, จาก <http://www.k.ohsukorn.go.th/index.php> แพทเมทส์ : จัดจำหน่าย โดย ซีเอ็ดดูเคชั่น.