

# การพัฒนาผลิตภัณฑ์แกงส้มปลากะปิไตปลา 3 น้ำ พร้อมรับประทาน โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน บ้านโคกเมือง อำเภอควนเนียง จังหวัดสงขลา

## Development the Ready-to-Eat Product of Southern Sour “Amphidromous Fish” Yellow Curry by the Participation of Ban Chok Muang Community, Kuan Niang District, Songkhla Province

วาสนา สุวรรณวิจิตร<sup>1</sup>, นิจกานต์ หนูอุไร<sup>2</sup>, พินิจ ดวงจินดา<sup>2</sup>, จิราพร คงรอด<sup>3</sup>,  
รุ่งชัชดาพร เวหะชาติ<sup>4</sup> และ วินัส ศรีศักดิ์<sup>5</sup>

Wassana Suwanvijit<sup>1</sup>, Nitchakarn Noo-urai<sup>2</sup>, Pinit Duangchinda<sup>2</sup>, Jiraporn Kongrode<sup>3</sup>,  
Rungchatchadaporn Vehachart<sup>4</sup> and Venus Srisakda<sup>5</sup>

วันที่รับบทความ : 29/05/2563

วันที่แก้ไขบทความ : 20/06/2563

วันที่ตอบรับบทความ : 29/07/2563

## บทคัดย่อ

โครงการวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาขั้นตอนและกรรมวิธีการผลิตแกงส้มปลากะปิไตปลา 3 น้ำ พร้อมรับประทานของชุมชนบ้านโคกเมือง อำเภอควนเนียง จังหวัดสงขลา (2) วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (3) วิเคราะห์ Consumer Trend Canvas ของผลิตภัณฑ์ (4) ออกแบบป้ายฉลากและบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ และ (5) ศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบผลานดังนี้ (1) การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม กับชุมชนบ้านโคกเมือง อำเภอควนเนียง จังหวัดสงขลา และ (2) การวิจัยเชิงปริมาณ ในการศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ผลการวิจัยพบว่า ขั้นตอนและกรรมวิธีการผลิตแกงส้มปลากะปิไตปลา 3 น้ำ พร้อมรับประทานมี 4 ขั้นตอน และจากการศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด

<sup>1</sup> ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ

Assistant Prof. Dr., Faculty of Economics and Business Administration, Thaksin University

<sup>2</sup> ดร., คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ

Dr., Faculty of Economics and Business Administration, Thaksin University

<sup>3</sup> อาจารย์, คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ

Lecturer, Faculty of Economics and Business Administration, Thaksin University

<sup>4</sup> รองศาสตราจารย์ ดร., คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ

Associate Prof. Dr., Faculty of Education, Thaksin University

<sup>5</sup> ดร., คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ

Dr., Faculty of Education, Thaksin University

1 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ และในระดับมาก 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านบรรจุภัณฑ์ ด้านราคาขาย ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

**คำสำคัญ:** แกงส้มปักษ์ใต้, ชุมชนบ้านโคกเมือง, ปลา 3 น้ำ

## Abstract

The purposes of this research were to (1) study the process and production process of southern sour "Amphidromous fish" yellow curry at Ban Chok Muang Community, Kuan Niang, Songkhla Province; (2) analyze product strengths, weaknesses, opportunities and threats; (3) analyze Consumer Trend Canvas of the product; (4) design product labels and packages; and (5) study consumer satisfaction of the product. This research uses mixed methods as follows: (1) participatory action research with the Ban Khok Mueang community, Khuan Niang District, Songkhla Province; (2) quantitative research to study product satisfaction of target consumer. The results showed that there were 4 steps in the production process of southern sour "Amphidromous fish" yellow curry. The study of product satisfaction found that the samples satisfied at the highest level in term of product and satisfied at the high level in terms of packaging, selling price, distribution and marketing promotion.

**Keywords:** Amphidromous fish, Ban Chok Muang Community, Southern sour yellow curry

## บทนำ

ปลาเป็นอาหารที่มีคุณค่าต่อร่างกาย เป็นอาหารโปรตีนที่มีคุณภาพดี ร่างกายสามารถย่อยได้ง่าย มีกรดอมิโนที่จำเป็นต่อร่างกายอย่างครบถ้วน ไขมันในปลาส่วนใหญ่ประกอบด้วยไขมันไม่อิ่มตัว ซึ่งจะช่วยลดปริมาณคอเลสเตอรอลในเลือด นอกจากนี้ยังเป็นแหล่งของวิตามินและแร่ธาตุที่สำคัญต่อร่างกาย อย่างไรก็ตามปลาเป็นอาหารที่มีอายุสั้นและสามารถเน่าเสียได้ หากไม่สามารถจำหน่ายได้ทันเวลาจะทำให้ เกิดความเสียหายได้ จึงจำเป็นต้องมีการแปรรูปในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งนอกจากจะช่วยไม่ให้เกิดการเน่าเสียแล้ว ยังก่อให้เกิดการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจในชุมชนได้ การแปรรูปปลาเป็นการนำปลามาใช้ประโยชน์อย่างคุ้มค่า ช่วยยืดอายุการเก็บรักษาปลาให้ได้นานขึ้น ช่วยให้มีความปลอดภัยจากปลาเก็บไว้บริโภคในยามที่ขาดแคลนหรือช่วงนอกฤดูกาล นอกจากนี้ยังเป็นการช่วยรักษาคุณค่าทางอาหารของปลาที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย และเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการแปรรูป (Department of Fisheries. 2015) ด้วยวิถีชีวิตที่เร่งรีบและการใส่ใจต่อสุขภาพ ปัจจุบันผู้บริโภคจึงมีความต้องการบริโภคปลาและอาหารสำเร็จรูปจากปลาเพิ่มสูงขึ้น อย่างไรก็ตามได้มีการแข่งขันสูงตามมาด้วย ดังนั้นการสร้างความหลากหลาย ความแตกต่าง จุดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์ และการเพิ่มมูลค่าของสินค้าจึงเป็นเรื่องสำคัญและจำเป็นต่อชุมชน เพื่อนำไปสู่การเพิ่มรายได้ ขยายอาชีพ หรือขยายตลาด อันจะนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจในชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายของรัฐฯ

“ปลา 3 น้ำ” หมายถึง ปลาในลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาซึ่งอาศัยอยู่ในระบบนิเวศวิทยาที่เป็นทั้งน้ำจืด น้ำกร่อย และน้ำเค็ม ทำให้ได้รับสารอาหารที่สมบูรณ์ จึงเป็นปลาที่มีรสชาติอร่อย เนื้อนุ่ม และมีความมัน (Ramarn, 2020) การนำ “ปลา 3 น้ำ” มาแปรรูปเป็นแกงส้มปักษ์ใต้พร้อมรับประทาน จะช่วยให้ได้อาหารที่คุณภาพดี มีประโยชน์ต่อสุขภาพ เพื่อเพิ่มความหลากหลายของสินค้าชุมชนในพื้นที่ฯ โดยผลิตอาหารที่เป็นวัฒนธรรม จากวัตถุดิบที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น ที่สืบทอดจากภูมิปัญญาไทยโดยคำนึงถึงอายุการเก็บรักษาโดยพัฒนากรรมวิธีการผลิตที่เหมาะสมให้อยู่ในรูปแบบที่น่าสนใจ เหมาะสมในการจำหน่าย เพื่อนำความรู้มาถ่ายทอดต่อชุมชนฯ หรือผู้ที่สนใจ เป็นการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้คุ้มค่า ช่วยส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มผลผลิตทางการเกษตรด้วยการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ สร้างอาหารที่มีมาตรฐาน เพิ่มมูลค่าและราคาให้กับ “ปลา 3 น้ำ” สามารถขยายช่องทางการจำหน่ายและสร้างโอกาสทางการตลาด รวมทั้งส่งเสริมผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากปลา เป็นแกงส้มปักษ์ใต้ “ปลา 3 น้ำ” พร้อมรับประทานให้ได้รับการยอมรับในระดับที่สามารถพัฒนาเป็นสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยสามารถจำหน่ายนักท่องเที่ยวในรูปแบบของสินค้าที่เป็นของฝาก หรือส่งไปขายในพื้นที่ต่าง ๆ ได้ อันจะเป็นการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ ช่วยส่งเสริมรายได้แก่ชุมชนอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ยังช่วยให้ชาวปักษ์ใต้ที่ไปอยู่ต่างถิ่น รวมทั้งคนไทยในพื้นที่อื่น ๆ ได้มีโอกาสบริโภคอาหารจากปลาที่มีคุณภาพ ที่ปรุงจาก “ปลา 3 น้ำ” ที่มีความสดใหม่ และมีรสชาติดั้งเดิมได้อีกด้วย ประกอบกับระบบการขนส่งที่สะดวก รวดเร็ว และเข้าถึงได้ง่ายในปัจจุบัน ส่งผลให้ผู้บริโภคสามารถมีโอกาสได้ลิ้มลอง แกงส้มปักษ์ใต้ “ปลา 3 น้ำ” ได้ทุกโอกาส และสถานที่ที่ต้องการ นอกจากนี้จากการสำรวจเบื้องต้นของผู้วิจัย พบว่า บริเวณพื้นที่อำเภอควนเนียงส่วนใหญ่เป็นแหล่งทำการเกษตรโดยการปลูกพืช ผัก สวนครัว และมีกลุ่มผลิตเครื่องแกงที่สำคัญหลายราย ซึ่งสามารถเป็นแหล่งวัตถุดิบที่สดใหม่ มีราคาต่ำ ประหยัดเรื่องค่าขนส่ง การพัฒนาผลิตภัณฑ์แกงส้มปักษ์ใต้ “ปลา 3 น้ำ” ในเชิงพาณิชย์ยังเป็นการส่งเสริมให้กลุ่มชาวสวนเหล่านี้มีรายได้จากการขายผลผลิตให้กับกลุ่มแปรรูปเพิ่มขึ้นอีกทางหนึ่งด้วย

จากการวิเคราะห์สภาพตลาดแกงส้มเบื้องต้น พบว่า แกงส้มปักษ์ใต้ “ปลา 3 น้ำ” พร้อมรับประทาน จัดอยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารพร้อมรับประทาน (Ready meal) ซึ่งหมายถึง อาหารปรุงสุกพร้อมรับประทานได้ทันที หรือเพียงนำไปอุ่น อบ นึ่ง หรือเข้าไมโครเวฟ ไม่กี่นาที ก็นำออกมารับประทานได้ ปัจจุบันอาหารพร้อมรับประทานได้รับความนิยมมากขึ้น เนื่องจากสอดคล้องกับไลฟ์สไตล์ของ (1) ผู้บริโภครุ่นใหม่ ซึ่งมีข้อจำกัดเรื่องเวลา และต้องการความสะดวกสบาย เป็นหลัก หรือพักอยู่ในคอนโดมิเนียม ซึ่งไม่เหมาะกับการปรุงอาหาร (2) กลุ่มคนโสด (3) กลุ่มครอบครัวขนาดเล็ก ที่ไม่ค่อยปรุงอาหารที่บ้านมากนัก ทั้งนี้ในปี พ.ศ. 2558 ตลาดอาหารพร้อมรับประทานมีมูลค่า 6,725 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจาก 4,085 ล้านบาท เมื่อปี พ.ศ. 2554 คิดเป็นอัตราการขยายตัวที่สูงถึงร้อยละ 13.3 ต่อปี (Food Intelligence Center Thailand, 2016) สำหรับตลาดแกงส้มปักษ์ใต้ “ปลา 3 น้ำ” พร้อมรับประทานนี้ นอกจากจะมีกลุ่มเป้าหมายข้างต้นแล้ว ยังรวมถึงกลุ่มชาวใต้ที่อาศัยอยู่ต่างพื้นที่ที่ต้องการรสชาติแกงส้มปักษ์ใต้ต้นตำรับ และกลุ่มผู้ที่ใส่ใจในสุขภาพอีกด้วย

จากข้อมูลข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะเพิ่มมูลค่า “ปลา 3 น้ำ” และสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์แกงส้มปักษ์ใต้ “ปลา 3 น้ำ” พร้อมรับประทานเพื่อส่งเสริมให้ชุมชนฯ มีอาชีพเสริมที่สอดคล้องกับการดำรงชีวิตของคนในชุมชนฯ แบบดั้งเดิมตามวิถีป่าพรุ และนำภูมิปัญญาที่มีอยู่แบบดั้งเดิมมาบูรณาการ เพื่อถ่ายทอดความรู้สู่เยาวชนรุ่นหลังต่อไป

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาขั้นตอนและกรรมวิธีการผลิตแกงส้มปักษ์ใต้ “ปลา 3 น้ำ” พร้อมรับประทานของชุมชนบ้านโคกเมือง อำเภอควนเนียง จังหวัดสงขลา
2. วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์แกงส้มปักษ์ใต้ “ปลา 3 น้ำ” พร้อมรับประทานของชุมชนบ้านโคกเมือง อำเภอควนเนียง จังหวัดสงขลา
3. วิเคราะห์ Consumer Trend Canvas ของผลิตภัณฑ์แกงส้มปักษ์ใต้ “ปลา 3 น้ำ” พร้อมรับประทานของชุมชนบ้านโคกเมือง อำเภอควนเนียง จังหวัดสงขลา
4. ออกแบบป้ายฉลากและบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์แกงส้มปักษ์ใต้ “ปลา 3 น้ำ” พร้อมรับประทานของชุมชนบ้านโคกเมือง อำเภอควนเนียง จังหวัดสงขลา
5. ศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์แกงส้มปักษ์ใต้ “ปลา 3 น้ำ” พร้อมรับประทานของชุมชนบ้านโคกเมือง อำเภอควนเนียง จังหวัดสงขลา

## บททวนวรรณกรรม

### 1) ข้อมูลของพื้นที่วิจัย

ทะเลสาบสงขลา เป็น 1 ใน 3 ของทะเลสาบเปิดในภูมิภาคเอเชียอาคเนย์ ที่มีความหลากหลายทางชีวภาพสูงเพราะมีระบบนิเวศน์ 3 น้ำ คือ น้ำจืด น้ำกร่อย และน้ำเค็ม เปลี่ยนแปลงไปตามฤดูกาล “ปลา 3 น้ำ” (Amphidromous fish) หมายถึง ปลาที่อาศัยในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาในระบบนิเวศ 3 แบบข้างต้น จึงได้รับสารอาหารที่สมบูรณ์ ทำให้เป็นปลาที่มีรสชาติอร่อย มีเนื้อนุ่ม และมีความมันในเนื้อ “ปลา 3 น้ำ” จึงเป็นมีมูลค่าทางเศรษฐกิจสูงและเป็นที่ต้องการของตลาด แต่เพาะเลี้ยงได้ยากและต้องขยายพันธุ์เองตามธรรมชาติ ตัวอย่างได้แก่ ปลาชี่ตัง (ตะกรับ) ปลากระบอก ปลาตุ๊กทะเล (มิหลัง) ปลากด และปลาทองเทียว เป็นต้น (Ramarn, 2020)

ชุมชนบ้านโคกเมือง อำเภอควนเนียง จังหวัดสงขลา เป็นชุมชนที่น่าสนใจทั้งในด้านสังคม ประเพณีวัฒนธรรม วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ มีทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอันเป็นพื้นฐานที่ก่อให้เกิดพลังขับเคลื่อนการพัฒนา และสร้างศักยภาพที่ดีภายในชุมชน มีภูมิปัญญาเกี่ยวกับการอนุรักษ์ปลาในรูปแบบของการทำเขตอนุรักษ์ (ฟาร์มทะเล) เป็นพื้นที่ที่มีทรัพยากรปลา 3 น้ำที่อุดมสมบูรณ์ เนื่องจากเป็นพื้นที่รอยต่อระหว่างน้ำเค็มและน้ำจืดในทะเลสาบสงขลา ทำให้มีปลา 3 น้ำตามฤดูกาลอาศัยอยู่ชุกชุม โดยชาวบ้านในหมู่บ้านยี่ดออาชีพประมงเป็นอาชีพหลักประมาณ 40 ครอบครัว เป็นชุมชนที่ “พึ่งตนเอง พึ่งพา สร้างภาคีเครือข่าย” โดยพัฒนาหมู่บ้านโคกเมืองสู่หมู่บ้านเศรษฐกิจพอเพียงมั่งมีศรีสุข อัตลักษณ์ชุมชนบ้านโคกเมืองแบ่งเป็น 8 มิติ ดังนี้ (1) อาหาร ชุมชนฯ มีปิ่นโตร้อยสาย ซึ่งประกอบด้วยเมนูมากมาย เช่น แกงส้มปลาสมรมลูกเขาคัน ปลาทองเทียวต้มมะขามสด ปลาดุกร้า เจียนส้มปลาสมรม ขนมขังพาส ยำหัวครกตามฤดูกาล เป็นต้น (2) เครื่องแต่งกาย ได้แก่ การนุ่งโจงกระเบนและผ้าโลรง (3) ที่อยู่อาศัย ได้แก่ บ้านเดี่ยว มีบริเวณปลูกพืชผักสวนครัว (4) อาชีพ ได้แก่ สวนยางพารา ปลูกพืชผักสวนครัว ประมง (5) ประเพณี ได้แก่ ชิงเปรต วันว่าง ทำบุญทอดหลักเมือง ประเพณีลอยแพ (6) ความเชื่อ ได้แก่ ทวดหลักเมือง ลางสังหรณ์ (7) ภาษา ได้แก่ ภาษาถิ่น คำเฉพาะถิ่น (8) ศิลปะพื้นบ้าน ได้แก่ กลองยาว เป่าตูด มโนราห์ แข่งเรือแจว (Huntsang, 2019)

## 2) แนวคิด ทฤษฎี ที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ SWOT คำว่า SWOT เป็นตัวย่อที่มีความหมายมาจาก (Strengths : S) หมายถึง จุดแข็งหรือข้อได้เปรียบ (Weaknesses : W) หมายถึง จุดอ่อนหรือข้อเสียเปรียบ (Opportunities: O) หมายถึง โอกาสที่จะดำเนินการได้ และ (Threats : T) หมายถึง อุปสรรค ข้อจำกัด หรือปัจจัยที่คุกคามการดำเนินงานขององค์กร ในการวิเคราะห์ SWOT เป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม 2 ด้าน คือ สภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอก เพื่อประเมินค่าจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ผลจากการวิเคราะห์ SWOT นี้จะใช้เป็นแนวทางในการกำหนดวิสัยทัศน์ การกำหนดกลยุทธ์ และเป็นข้อมูลในการตัดสินใจดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้องและเหมาะสมดังนี้ จุดแข็ง (Strengths : S) เป็นปัจจัยภายในที่สามารถควบคุมได้ตามศักยภาพของธุรกิจที่มีอยู่ จุดแข็งนี้จะก่อให้เกิดผลดีต่อธุรกิจ ซึ่งส่งผลมาจากการบริหารงานภายในระหว่างผู้บริหารและบุคลากร หรืออาจมาจากความได้เปรียบในด้านทรัพยากรทางการบริหารต่าง ๆ เช่น มีสภาพทางการเงินที่มั่นคง ที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งวัตถุดิบและแหล่งจัดจำหน่าย บุคลากรมีประสบการณ์และความสามารถสูง ฯลฯ จุดอ่อน (Weaknesses :W) เป็นปัจจัยภายในที่เกิดจากปัญหาภายในธุรกิจ อันเนื่องมาจากการบริหารงานที่ผิดพลาด ข้อจำกัดบางประการของศักยภาพทางธุรกิจ ปัญหาเหล่านี้จะส่งผลร้ายถ้าไม่รีบดำเนินการแก้ไข เช่น ขาดสภาพคล่องทางการเงิน สินค้าที่ผลิตออกมามี คุณภาพไม่คงที่ ขาดการประสานงานที่ดีภายในองค์กร ฯลฯ โอกาส (Opportunities : O) เป็นปัจจัยภายนอกที่ธุรกิจไม่สามารถเข้าไปควบคุมให้เกิดหรือไม่เกิดขึ้นได้ แต่เป็นสภาวะการณ์แวดล้อมอันส่งผลดีให้กับธุรกิจโดยบังเอิญ เช่น กลุ่มลูกค้าเป้าหมายมีรายได้เพิ่มขึ้น นโยบายของรัฐให้การสนับสนุนธุรกิจประเภทนี้ สินค้าของผู้แข่งขันมีคุณภาพต่ำ ฯลฯ อุปสรรค (Threats : T) เป็นปัจจัยภายนอกที่ธุรกิจไม่สามารถเข้าไปควบคุมให้เกิดหรือไม่เกิดขึ้นได้ และเป็นสภาวะการณ์แวดล้อมอันเลวร้ายที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจเสียหาย เช่น รัฐบาลขึ้นภาษี ปัญหาสภาพเศรษฐกิจตกต่ำ วัตถุดิบมีราคาสูงขึ้น เกิดภัยสงครามหรือภัยธรรมชาติ ฯลฯ ในทุกหัวข้อรายการที่ประเมินอาจเป็นผลดีหรือเป็นผลร้ายกับธุรกิจก็ได้ เช่น ในเรื่องของคุณภาพสินค้า ถ้าสินค้านั้นมีคุณภาพดีถือได้ว่าเป็นจุดแข็งที่ธุรกิจนั้นต้องรักษาไว้ หรือหาหนทางพัฒนาให้ดีขึ้นกว่าเดิม แต่ถ้าสินค้านั้นมีคุณภาพไม่สม่ำเสมอถือได้ว่าเป็นจุดอ่อนอันส่งผลเสียต่อธุรกิจ กรณีเมื่อวิเคราะห์พบแล้วว่ารายการใดเป็นจุดอ่อน ธุรกิจต้องมีมาตรการที่จะแก้ไขปัญหาหรือหาทางบรรเทาปัญหานั้น ๆ ให้ได้ (Silanoi, 2016)

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ Consumer Trend Canvas Consumer Trend Canvas (CTC) CTC ช่วยให้เข้าใจเทรนด์ของผู้บริโภค และยังช่วยในการวิเคราะห์หาความคาดหวังใหม่ที่กำลังจะเกิดขึ้นของผู้บริโภค ผ่านประสบการณ์จากนวัตกรรมที่มีอยู่ก่อนแล้ว ซึ่งช่วยให้สามารถวางแผนการพัฒนาวัตกรรมการตอบสนองความคาดหวังได้ดีกว่าเดิม CTC มี 7 องค์ประกอบดังนี้ (1) Trend & Inspiration เป็นหัวใจหลักของกระบวนการคิดวิเคราะห์แบบ Trend Driven Innovation เริ่มต้นจาก Trend หรือธุรกิจ ที่เป็นแรงบันดาลใจ ตามด้วยการยกตัวอย่างนวัตกรรมที่มีอยู่แล้วที่นำ Trend ที่สนใจมาประยุกต์ใช้ โดยวิเคราะห์ว่าเพราะอะไรจึงสามารถตอบสนองและสามารถสร้าง Connection กับผู้บริโภคได้ หรือเพราะอะไรจึงสามารถสร้างภาพลักษณ์ใหม่ ๆ ให้กับแบรนด์นั้น ๆ ได้ (2) Basic Need หมายถึง ความจำเป็นพื้นฐานของผู้บริโภคหรือความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภคที่สัมพันธ์กับ Trend ที่สนใจ (3) Driver of Change ตัวขับเคลื่อนความเปลี่ยนแปลง ซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อความคาดหวังของ

ผู้บริโภค โดยแบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้ (ก) การเปลี่ยนแปลงระยะยาว หรือปัจจัยการเปลี่ยนแปลงที่อาจใช้เวลาข้ามปี หรือข้ามทศวรรษ ที่มีผลทำให้ Trend นี้เกิดขึ้นได้ และ (ข) สิ่งกระตุ้น หรือปัจจัยการเปลี่ยนแปลงแบบปัจจุบันทันด่วน หรือการเปลี่ยนแปลงแบบเฉพาะเจาะจง ที่มีผลกับ Trend (4) Emerging Expectations หมายถึง ความคาดหวังที่จะเกิดขึ้น เมื่อนวัตกรรมสามารถตอบโจทย์ให้กับลูกค้าได้ ในทิศทางที่แปลกใหม่และน่าสนใจแล้ว ลูกค้ามักจะมี ความคาดหวังที่มากขึ้น หัวข้อนี้จะช่วยให้เรามองจุดศูนย์กลาง จุดตั้งเครียดของ เทรนด์ และมองในมุมลูกค้าถึงสิ่งที่เขาคาดหวังในอนาคต (5) Innovation Type เป็นจุดเริ่มต้นของการวิเคราะห์หัวข้อก่อนหน้าทั้งหมด โดยนำข้อมูลทั้งหมดมาประกอบกัน (6) Who หมายถึง เพื่อใคร เป็นการวิเคราะห์ถึง Trend นี้ว่าเหมาะกับคนประเภทใด Lifestyle เป็นอย่างไร หรือสามารถดึงความสนใจจากลูกค้ากลุ่มใหม่ ๆ จากที่ไปที่ไปของเทรนด์นี้ได้อย่างไร (7) Innovate เมื่อรวมข้อมูลทุกอย่างในข้อ 1-6 แล้ว สามารถค้นพบช่องว่างหรือนวัตกรรมใหม่ ๆ หรือที่เรียกว่า Big Idea จากการวิเคราะห์ดังกล่าว โดยนวัตกรรมที่เกิดขึ้นนั้นสามารถมาจากสิ่งต่าง ๆ ที่อาจไม่เกี่ยวข้องกันเลย หรืออาจเกิดขึ้นจากการนำไอเดียที่มีอยู่แล้วมาประยุกต์ให้ออกมาในรูปแบบใหม่ ๆ (Wuttiparam, 2019)

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบป้ายฉลาก การออกแบบป้ายฉลาก เป็นการบอกถึงเรื่องราวของสิ่งที่บรรจุอยู่ภายในให้ผู้บริโภคทราบถึงข้อมูลต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์ โดยตัวอักษรหรือตัวพิมพ์จัดว่าเป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญอันดับแรกของการออกแบบ การออกแบบโดยทั่วไป มีการนำตัวอักษรมาใช้ในการออกแบบเป็น 2 ลักษณะใหญ่ ๆ ดังนี้ (1) ใช้ตัวอักษรเป็นส่วนดึงดูดตา มีลักษณะตัวอักษรแบบ Display face เพื่อต้องการตกแต่งหรือการเน้นข้อความข่าวสารให้สามารถดึงดูดความสนใจของผู้ดู ผู้อ่าน ด้วยการใช้นาฬิกาแบบตัวอักษรที่มีขนาดใหญ่ มีความเด่นเป็นพิเศษ (2) ใช้ตัวอักษรเป็นส่วนบรรยายหรืออธิบายเนื้อหา คือ การใช้ตัวอักษรเป็น Book face หรือเป็นตัว Text ที่มีขนาดเล็กในลักษณะของการเรียงพิมพ์ข้อความเพื่อการบรรยายหรืออธิบายส่วนประกอบปลีกย่อยและเนื้อหาที่สื่อสารเผยแพร่ (Robertson, 2013)

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภค การศึกษาความพึงพอใจเริ่มมีตั้งแต่ก่อนปี ค.ศ. 1960 และในปี ค.ศ. 1980 ได้มีการวิจัยเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภคทางการตลาด องค์การที่ดีจะต้องให้ความสำคัญต่อผู้บริโภคและต้องค้นหาความต้องการของผู้บริโภค เพื่อที่จะนำไปสู่การวางแผนตอบสนองต่อความต้องการนั้น โดยเป้าหมายสูงสุดของการทำธุรกิจ คือการสร้าง ความพึงพอใจสูงสุดให้กับผู้บริโภค เพราะความพึงพอใจของผู้บริโภคจะส่งผลต่อความภักดีของผู้บริโภค ซึ่งเป็นเป้าหมายสำคัญสูงสุดที่องค์กรต้องการ ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจจำเป็นต้องทราบถึงความต้องการและความคาดหวังของผู้บริโภค และกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมเพื่อสนองความต้องการและความคาดหวังเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับความพึงพอใจและกลับมาใช้ซ้ำ (Chaoprasert. 2009)

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับภูมิปัญญาไทย สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ ได้ให้ลักษณะของภูมิปัญญาไทยไว้ดังนี้ (1) ภูมิปัญญาไทยเป็นเรื่องของการใช้ความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Skill) ความเชื่อ (Belief) และพฤติกรรม (Behavior) (2) ภูมิปัญญาไทยแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่าง คนกับคน คนกับธรรมชาติแวดล้อม และคนกับสิ่งเหนือธรรมชาติ (3) ภูมิปัญญาไทยเป็นองค์รวมหรือกิจกรรมทุกอย่างในชีวิต (4) ภูมิปัญญาไทยเป็นเรื่องของการแก้ปัญหาการจัดการ การปรับตัว การเรียนรู้ เพื่อความอยู่รอดของบุคคล ชุมชนและสังคม (5) ภูมิปัญญาไทยเป็นแกนหลักหรือกระบวนทัศน์ในการมองชีวิต เป็นพื้นความรู้ในเรื่องต่าง ๆ (6) ภูมิปัญญาไทยมี

ลักษณะเฉพาะหรือมีเอกลักษณ์ในตัวเอง (National Education Commission. 1998) ภูมิปัญญาไทย เป็นสิ่งที่บรรพบุรุษได้ช่วยกันสร้างสรรค์และสืบทอดกันมาอย่างต่อเนื่องจากอดีตถึงปัจจุบัน นับเป็นความภาคภูมิใจและเกียรติภูมิของคนไทยทำให้เกิดความรักในชาติบ้านเมือง จึงควรช่วยกันอนุรักษ์ให้เป็นมรดกของชาติสืบไป แกงส้มปักษ์ใต้เป็นอาหารท้องถิ่นที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายโดยเครื่องปรุงที่เป็นส่วนประกอบหลักที่สำคัญ ได้แก่ ขมิ้น กระเทียม หอมแดง และพริก ชี้อาหารแห้ง ซึ่งมีรายงานว่าเป็นแหล่งของสารต้านจุลินทรีย์และต้านออกซิเดชัน ในระหว่างการปรุงเป็นแกง จะมีการเติมน้ำมะนาว น้ำมะขาม หรือส้มแขก เพื่อเป็นสารให้มีรสเปรี้ยว (Siriphongwutikorn et al., 2011)

## ระเบียบวิธีการศึกษา

โครงการวิจัยนี้ ดำเนินการวิจัยแบบมีส่วนร่วม (PAR) กับชุมชนบ้านโคกเมือง อำเภอควนเนียง จังหวัดสงขลา และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยประชากร คือ ผู้บริโภคที่ซื้อแกงส้มปักษ์ใต้ ปลา 3 น้ำ อำเภอควนเนียง จังหวัดสงขลา ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นจึงใช้วิธีคำนวณหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างกรณีไม่ทราบจำนวนประชากร โดยใช้สูตรของ Cochran (1977) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำเท่ากับ 400 ตัวอย่าง การเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ โดยให้แบบสอบถามแก่กลุ่มตัวอย่างเพื่อตอบเอง โดยดำเนินการจนครบจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถาม โดยแบ่งโครงสร้างของแบบสอบถามออกเป็น 2 ส่วน ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์แกงส้มปักษ์ใต้ “ปลา 3 น้ำ” ประกอบด้วย 5 ด้าน คือ ด้านบรรจุภัณฑ์ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด โดยแบบสอบถามมีลักษณะคำถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales) ที่ได้กำหนดเกณฑ์ในการให้คะแนน 5 ระดับ จากมากที่สุด (5 คะแนน) ถึงน้อยที่สุด (1 คะแนน) สำหรับการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ ใช้เกณฑ์ในการกำหนดช่วงความกว้างของข้อมูลแต่ละระดับ ดังนี้ (Sri Sa-at. 2010)

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.51 - 5.00	หมายถึง มีความพึงพอใจมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.51 - 4.50	หมายถึง มีความพึงพอใจมาก
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.51 - 3.50	หมายถึง มีความพึงพอใจปานกลาง
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.51 - 2.50	หมายถึง มีความพึงพอใจน้อย
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 - 1.50	หมายถึง มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อคำนวณค่าสถิติถ้อยบรรยาย คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

## ผลการศึกษา

### 1) ผลการศึกษาขั้นตอนและกรรมวิธีการผลิตแกงส้มปักษ์ใต้ “ปลา 3 น้ำ” พร้อมรับประทาน

แกงส้ม เป็นอาหารหลักของชุมชนฯ ที่ต้องมีติดสำหรับเสมือและเป็นเมนูที่ขึ้นหน้าขึ้นตามีชื่อในท้องถิ่น เนื่องจากเป็นแกงที่ให้รสชาติอร่อย ถึงแม้จะมีรสเปรี้ยวและรสเผ็ดค่น้ำ แต่ก็มีรสหวานและรสอื่นผสมอยู่ด้วยกันอย่างกลมกล่อม โดยมีปลา 3 น้ำสด จากลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา กับผักเป็นตัวผสมสำคัญ มีขมิ้นสดเป็นเครื่องปรุงหลักที่ขาดไม่ได้ ซึ่งช่วยทำให้แกงส้มปักษ์ใต้มีสีเหลือง จึงเป็นเหตุให้คนทางภาคอื่นเรียกแกงส้มปักษ์ใต้ว่า “แกงเหลือง” ดังนั้นชาวชุมชนในพื้นที่ฯ อาจกินแกงส้มได้ทุกมื้อไม่รู้สึกรับเบื่อ โดยรู้จักวิธีพลิกแพลงโดยใช้ปลาไม่ซ้ำกัน และเลือกส้ม หรือผักที่เข้ากัน หรือใช้ผักหลายชนิดร่วมกัน อาทิ (1) แกงส้มปลาตุกทะเล (ปลามิหลัง) กับ น้ำมะนาว และมะขามเปียก ใช้ผักเป็น หน่อไม้ดอง (2) แกงส้มปลาขี้ตัง กับ ลูกเขาคัน และน้ำมะนาว (3) แกงส้มปลากระบอก กับมะขามเปียก ใช้ผักเป็น สับปะรด หรือยอดมะพร้าว (4) แกงส้มปลาห้องเทียว กับมะขามสด ใช้ผักเป็น หัวมันขี้หนู (แกะเปลือก) (5) แกงส้มปลากดขี้ลิง (ปลากดแก้ว) กับมะนาว ใช้ผักเป็นสับปะรด หรือ หน่อไม้ดอง เป็นต้น อย่างไรก็ตาม พบว่า ชุมชนในพื้นที่ฯ ไม่นิยมใช้ส้มแขกในการทำแกงส้มสำหรับบริโภค

จากการศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นในการทำแกงส้มปักษ์ใต้ “ปลา 3 น้ำ” ของชุมชนฯ โดยการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการ การสัมภาษณ์เชิงลึก และสังเกตอย่างมีส่วนร่วม/ไม่มีส่วนร่วม ทำให้ได้รับองค์ความรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่นในการทำแกงส้มปักษ์ใต้ “ปลา 3 น้ำ” ของชุมชนลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ตอนบน - ตอนกลาง โดยขั้นตอนการทำแกงส้มและเครื่องปรุง ส่วนใหญ่จะคล้ายกันเกือบทุกราวเรือน ต่างกันเพียงวัตถุดิบ ปริมาณส่วนผสมเครื่องแกง ส้มที่ใช้ และผักที่ใส่ในแกงตามความชอบ เท่านั้น ซึ่งสามารถสรุปรายละเอียดของส่วนผสม และขั้นตอนการทำแกงส้มโดยพื้นฐานของชุมชนในพื้นที่ฯ ได้ดังนี้

1) ปลา ได้แก่ ปลากดขี้ลิง (ปลากดแก้ว) หรือ ปลากระบอก หรือ ปลาขี้ตัง หรือ ปลาตุกทะเล (ปลามิหลัง) หรือ ปลาห้องเทียว รวมน้ำหนักประมาณ 1 กิโลกรัม (ปลาที่มีเกล็ดต้องขอดเกล็ดออกก่อน) หั่นเป็นชิ้น ล้างทำความสะอาด และดับกลิ่นคาวโดยใช้น้ำส้มสายชู หรือเกลือ หรือเปลือกมะนาวคลุกเคล้ากับปลาที่หั่นชิ้นไว้ แล้วล้างน้ำออก ทำซ้ำประมาณ 2 - 3 ครั้ง

2) ส่วนผสมเครื่องแกงส้ม ได้แก่ (1) พริกที่นิยมนำมาใช้ในการทำแกงส้มปักษ์ใต้ “ปลา 3 น้ำ” ได้แก่ พริกขี้หนู โดยควรใช้ทั้งพริกสดและพริกแห้งผสมกัน เพื่อช่วยในการแต่งกลิ่นอาหาร ดับกลิ่นคาวของอาหาร หรือใช้ปรุงแต่งให้อาหารมีสีส้มสวยงามมากขึ้น ทั้งนี้ในพริกขี้หนู 100 กรัม มีคุณค่าทางโภชนาการดังนี้ พลังงาน 103 กิโลแคลอรี ไขมัน 2.4 กรัม คาร์โบไฮเดรต 19.9 กรัม โปรตีน 6.5 กรัม โปแตสเซียม 4.7 กรัม แคลเซียม 45 มิลลิกรัม ฟอสฟอรัส 85 มิลลิกรัม เหล็ก 2.5 มิลลิกรัม วิตามินเอ 11,050 I.U วิตามินบี 1 จำนวน 0.24 มิลลิกรัม วิตามินบี 2 จำนวน 0.29 มิลลิกรัม วิตามินบี 3 จำนวน 2.10 มิลลิกรัม วิตามินซี 70 มิลลิกรัม (Honestdocs. 2020a) ในการทำแกงส้มใช้พริกแห้ง หรือพริกสด (พริกขี้) ประมาณ 100 - 200 กรัม หรือ ใช้พริกแห้งและพริกสดผสมกันอย่างละ 50 กรัม หรือใช้ปริมาณตามชอบ (2) ขมิ้น เป็นส่วนผสมในเครื่องแกง นิยมใช้เป็นเครื่องเทศสำหรับแต่งรส และสีผสมอาหาร ขมิ้นมีสารสำคัญ 2 กลุ่มที่เป็นสารออกฤทธิ์และเป็นยาทางการแพทย์ได้ ได้แก่ (ก) กลุ่มที่ให้สารเคอร์คูมินอยด์ (Curcuminoid) มีสารออกฤทธิ์หลัก คือ สารเคอร์คูมิน (Curcumin) มีฤทธิ์ต้านอนุมูลอิสระ เชื้อจุลชีพ สารแคตทีเรียปรีลิต ลดความเสี่ยง



การเกิดโรคมะเร็งผิวหนัง บำรุงและรักษาตับจากสารพิษ (ข) กลุ่มน้ำมันหอมระเหยโมโนเทอร์ปีน (Monoterpane) มีฤทธิ์ต้านอนุมูลอิสระได้ดี อุดมไปด้วยวิตามิน ช่วยบำรุงผิวพรรณให้ผ่องใสขึ้น (Honestdocs. 2020b) จึงนำมาใช้เพื่อช่วยสร้างสีสรรให้กับแกงส้มปักษ์ใต้ “ปลา 3 น้ำ” โดยใช้ประมาณ 1 - 2 ช้อน (ขนาดช้อนละประมาณ 1 ช้อนมือ) หรือ 50 กรัม (3) ส้ม อาจเลือกใช้แต่ละข้อต่อไปนี้ตามความเหมาะสม (ก) มะขามเปียก ประมาณ 1 ก้อน หรือใช้น้ำมะขามเปียกประมาณ 5 ช้อนโต๊ะ ซึ่งได้มาจากการนำมะขามเปียกผสมน้ำ ใช้มือขยำ แล้วกรองเอาเฉพาะน้ำ ทั้งนี้สามารถใช้อย่างอ่อน ฝักมะขามสด หรือมะขามเปียก เป็นผักหรือเครื่องปรุงรส ในแกงส้มปักษ์ใต้ “ปลา 3 น้ำ” ซึ่งจะให้รสเปรี้ยว มะขามดิบ 100 กรัม ให้คุณค่าทางโภชนาการ ดังนี้ พลังงาน 239 กิโลแคลอรี ไขมัน 0.6 กรัม เส้นใย 5.1 กรัม โปรตีน 2.8 กรัม น้ำตาล 57.4 กรัม คาร์โบไฮเดรต 62.5 กรัม วิตามินเค 2.8 ไมโครกรัม วิตามินอี 0.1 มิลลิกรัม วิตามินซี 3.5 มิลลิกรัม แคลเซียม 74 มิลลิกรัม ธาตุเหล็ก 2.8 มิลลิกรัม ฟอสฟอรัส 113 มิลลิกรัม โคเลสเตอรอล 8.6 มิลลิกรัม สังกะสี 0.1 มิลลิกรัม และโซเดียม 28 มิลลิกรัม สำหรับน้ำมะขามเปียก ช่วยลดไขมันในเลือดจึงสามารถป้องกันความเสี่ยงจากภาวะหลอดเลือดหัวใจและสมองอุดตันได้ (Honestdocs. 2020c) (ข) มะนาว ใช้เป็นเครื่องปรุงรสแกงส้มปักษ์ใต้ “ปลา 3 น้ำ” เพื่อให้มีรสเปรี้ยว น้ำมะนาวให้สารอาหารที่มีประโยชน์ ได้แก่ วิตามินเอ วิตามินซี ธาตุฟอสฟอรัส แคลเซียม กรดมาลิก และกรดซิตริกแก่ร่างกาย (Honestdocs. 2020d) ใช้จำนวน 5 - 10 ลูก โดยคั้นเอาแต่น้ำ (ค) น้ำมะขามเปียกประมาณ 3 ช้อนโต๊ะ และน้ำมะนาว 3 ลูก (ง) ลูกเขาคันทัน ประมาณ 500 - 1000 กรัม (จ) น้ำส้มตาลโตนด ประมาณ 0.5 ลิตร (4) กระทียม เป็นส่วนประกอบสำคัญในแกงส้มปักษ์ใต้ “ปลา 3 น้ำ” กระทียมปริมาณ 100 กรัม ให้พลังงาน 149 กิโลแคลอรี และประกอบด้วยคุณค่าทางโภชนาการ ดังนี้ ไขมัน 0.5 กรัม คาร์โบไฮเดรต 33.06 กรัม เส้นใยอาหาร 2.1 กรัม แคลเซียม 181 มิลลิกรัม ฟอสฟอรัส 153 มิลลิกรัม แมกนีเซียม 25 มิลลิกรัม แมงกานีส 1.672 มิลลิกรัม โพแทสเซียม 401 มิลลิกรัม สังกะสี 1.16 มิลลิกรัม ซิลิเนียม 14.2 ไมโครกรัม วิตามินบี 1 0.2 มิลลิกรัม วิตามินบี 2 0.11 มิลลิกรัม วิตามินบี 3 0.7 มิลลิกรัม วิตามินบี 5 0.596 มิลลิกรัม วิตามินบี 6 1.235 มิลลิกรัม วิตามินบี 9 3 ไมโครกรัม และวิตามินซี 31.2 มิลลิกรัม (Honestdocs. 2020e) ใช้จำนวน 5 กลีบ - 1 หัว (5) กะปิ ซึ่งมีประโยชน์ต่อสุขภาพมาก โดยในกะปิ 100 กรัม มีพลังงาน โปรตีน ไขมัน คาร์โบไฮเดรต เส้นใยอาหาร แคลเซียม ฟอสฟอรัส เหล็ก วิตามินเอ ไบโอฟลาวิน และไนอาซิน ซึ่งมีประโยชน์ดังนี้ (ก) ช่วยบำรุงกระดูกและฟัน กะปิมีแคลเซียมสูง 1,565 มิลลิกรัม และมากกว่านมวัวหลายเท่า ช่วยป้องกันโรคกระดูกพรุน ฟันไม่ผุ (ข) ช่วยป้องกันโรคโลหิตจาง อุดมด้วยวิตามินบี 12 ซึ่งมีประโยชน์ต่อระบบเลือด (ค) ช่วยบำรุงสมอง ช่วยให้การทำงานดี กะปิเป็นแหล่งของไขมันดีอย่างโอเมก้า 3 ชนิดเดียวกับปลาน้ำลึกที่ดูซึมง่าย (ง) ช่วยเสริมสร้างภูมิคุ้มกัน ทำให้ร่างกายแข็งแรง เพราะมีจุลินทรีย์ชนิดดีหลายชนิด (จ) ช่วยบำรุงสายตา ลดอาการเมื่อยล้าของดวงตาจากการใช้งานหนัก (ฉ) ช่วยทำให้อารมณ์แจ่มใส ป้องกันอาการซึมเศร้า เพราะวิตามินดีในกะปียังช่วยบำรุงกระดูกด้วย (ช) ช่วยให้การไหลเวียนของเลือดดี แก้ปัญหาการอุดตันของลิ้นเลือด ป้องกันโรคหัวใจ (Sukkaphap-D, 2017) ใช้ประมาณ 50 - 200 กรัม หรือ 1 - 2 ช้อนโต๊ะ

3) เครื่องปรุงรส ประกอบด้วย (1) เกลือ ประมาณ 1 - 3 ช้อนชา (2) น้ำตาลปีป หรือน้ำตาลทราย ประมาณ 1 - 2 ช้อนโต๊ะ (3) เครื่องปรุงรส เช่น น้ำปลาหรือซีอิ๊วขาว 0.5 - 2 ช้อนโต๊ะ หรือ รสดี หรือผงชูรส 1 ช้อนชา (ไม่ใส่ก็ได้)

4) ผัก เช่น หน่อไม้ดอง หัวมันขี้หนู (แกะเปลือก) ยอดมะพร้าว ลับปะรด (ใกล้สุก) มะเขือเปราะ มะละกอดิบ อ้อดิบ ผักกาดดอง แตงกวา เป็นต้น หั่นเป็นชิ้นตามความเหมาะสม ทั้งนี้หากใช้ผักที่ค่อนข้างแข็งหรือต้มสุกช้า เช่น มะละกอดิบ แตงกวา หรือ มะเขือเปราะ ให้ต้มในน้ำเปล่าให้สุกก่อนที่จะเติมเครื่องแกงและส้มที่ใช้ลงไป

5) ขั้นตอนการทำแกงส้ม มีดังนี้ (1) ต้มน้ำประมาณ 1 ลิตร ใส่ส้ม (ถ้าใช้น้ำมะนาวให้ใส่หลังจากใส่ผัก) รอจนน้ำเดือด (2) ใส่เครื่องแกงที่บดหรือตำละเอียดแล้วลงในน้ำเดือด คนให้ทุกอย่างละลายและผสมเข้ากันดี (ใช้ไฟแรง) รอจนน้ำแกงเดือด (3) ใส่ผักตามชอบ รอให้เดือด ชิม และปรุงรส (4) ใส่ปลาที่หั่นชิ้นและล้างสะอาดแล้วลงในน้ำแกง ปิดฝา (ใช้ไฟแรง ไม่ต้องคน) รอจนเดือด ยกไปเสิร์ฟ

สูตรและกรรมวิธีการผลิตแกงส้มปักษ์ใต้ “ปลา 3 น้ำ” พร้อมรับประทาน สรุปลงได้ดังตารางที่ 1

**ตารางที่ 1** สูตรในการผลิตแกงส้มปักษ์ใต้ “ปลา 3 น้ำ” พร้อมรับประทาน

รายการ	รายละเอียด
ปลา 3 น้ำ 1 กิโลกรัม	ปลาสดขี้ลิง (ปลากดแก้ว) หรือ ปลากระบอก หรือ ปลาชี่ดั่ง หรือ ปลาดุกทะเล (ปลามิหลัง) หรือ ปลาทองเทียว รวมน้ำหนักประมาณ 1 กิโลกรัม (ปลาที่มีเกล็ดต้องขูดเกล็ดออกก่อน) หั่นเป็นชิ้น ล้างทำความสะอาด และดับกลิ่นคาวโดยใช้ น้ำส้มสายชู หรือเกลือ หรือเปลือกมะนาวคั้นคั่วกับปลาที่หั่นชิ้นไว้ แล้วล้างน้ำออก ทำซ้ำประมาณ 2-3 ครั้ง
ส่วนผสม เครื่องแกง	1) พริกแห้ง หรือพริกสด (พริกชี้) ประมาณ 100 - 200 กรัม หรือ ใช้พริกแห้งและพริกสดผสมกันอย่างละ 50 กรัม หรือใช้ปริมาณตามชอบ 2) ขมิ้น 1 - 2 ชิ้น (ขนาดชิ้นละประมาณ 1 ซ้อมมือ) หรือ 50 กรัม 3) ส้ม: อาจเลือกใช้แต่ละข้อต่อไปนี้ตามความเหมาะสม (1) มะขามเปียก ประมาณ 1 ก้อน หรือใช้น้ำมะขามเปียกประมาณ 5 ช้อนโต๊ะ ซึ่งได้มาจากการนำมะขามเปียกผสมน้ำ ใช้มือขยำ แล้วกรองเอาเฉพาะน้ำ (2) มะนาว จำนวน 5 - 10 ลูก คั้นเอาแต่น้ำ (3) น้ำมะขามเปียกประมาณ 3 ช้อนโต๊ะ และน้ำมะนาว 3 ลูก (4) ลูกเขาดัน ประมาณ 500 - 1000 กรัม (5) น้ำส้มตาลโตนด ประมาณ 0.5 ลิตร 4) กระเทียม จำนวน 5 กลีบ - 1 หัว 5) กะปิ ประมาณ 50 - 200 กรัม หรือ 1 - 2 ช้อนโต๊ะ
เครื่อง ปรุงรส	1) เกลือ ประมาณ 1 - 3 ช้อนชา 2) น้ำตาลปี๊ป หรือน้ำตาลทราย ประมาณ 1 - 2 ช้อนโต๊ะ 3) เครื่องปรุงรส เช่น น้ำปลาหรือซีอิ๊วขาว 0.5 - 2 ช้อนโต๊ะ, รสดีหรือผงชูรส 1 ช้อนชา (ไม่ใส่ก็ได้)
ผัก	หน่อไม้ดอง หัวมันขี้หนู (แกะเปลือก) ยอดมะพร้าว ลับปะรด (ใกล้สุก) มะเขือเปราะ มะละกอดิบ อ้อดิบ ผักกาดดอง แตงกวา เป็นต้น หั่นเป็นชิ้นตามความเหมาะสม ทั้งนี้หากใช้ผักที่ค่อนข้างแข็งหรือต้มสุกช้า เช่น มะละกอดิบ แตงกวา หรือ มะเขือเปราะ ให้ต้มในน้ำเปล่าให้สุกก่อนที่จะเติมเครื่องแกงและส้มที่ใช้ลงไป

## ตารางที่ 1 (ต่อ)

รายการ	รายละเอียด
ขั้นตอนการ ทำแกงส้ม ปักษ์ใต้	1) ตั้งน้ำประมาณ 1 ลิตร ใส่ส้ม (ถ้าใช้น้ำมะนาวให้ใส่หลังจากใส่ผัก) รอจนน้ำเดือด 2) ใส่เครื่องแกงที่บดหรือตำละเอียดแล้วลงในน้ำเดือด คนให้ทุกอย่างละลายและ ผสมเข้ากันดี (ใช้ไฟแรง) รอจนน้ำแกงเดือด
“ปลา 3 น้ำ” ดั่งภาพที่ 6	3) ใส่ผักตามชอบ รอให้เดือด ชิม และปรุงรส 4) ใส่ปลาที่หั่นชิ้นและล้างสะอาดแล้วลงในน้ำแกง ปิดฝา (ใช้ไฟแรง ไม่ต้องคน) รอ จนเดือด ยกไปเสิร์ฟ

## 2) ผลการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์

ผู้วิจัยได้ประเมินศักยภาพและความพร้อมในการผลิตแกงส้มปักษ์ใต้พร้อมรับประทาน ในพื้นที่ พบว่า ชุมชนในพื้นที่ มีศักยภาพและความพร้อมในการผลิตและจำหน่าย แกงส้มปักษ์ใต้ ปลา 3 น้ำ พร้อมรับประทาน ดังผลการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ในตารางที่ 2 และ 3

## ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์จุดแข็ง และจุดอ่อน ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์

จุดแข็ง	จุดอ่อน
1. เป็นแหล่งที่มีปลา 3 น้ำซึ่งมีเนื้อนุ่ม รสชาติดี และเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่	1. ปลา 3 น้ำ บางชนิดมีราคาค่อนข้างสูง
2. เป็นแหล่งเพาะปลูกพืช ผัก ซึ่งสะดวกในการนำมาผลิตเป็นเครื่องแกง หรือใช้เป็นผักหรือส่วนผสมในการทำแกงส้มปักษ์ใต้ หรือใช้เป็นผักสดที่รับประทานร่วมกับแกงส้ม	2. ปลา 3 น้ำ บางชนิดมีมากเฉพาะบางฤดูกาล
3. มีโรงงานผลิตเครื่องแกงที่ได้รับความนิยมตั้งอยู่ในพื้นที่ และบริเวณใกล้เคียง	3. ยังไม่เคยมีการผลิตแกงส้มปักษ์ใต้พร้อมรับประทานเพื่อจำหน่าย หรือ มีการ ส่ง เสริม การตลาด ในพื้นที่
4. มีกลุ่มแปรรูปสัตว์น้ำในพื้นที่ ที่มีสมาชิกกว่า 10 คน ซึ่งสามารถรวมตัวกันเป็นผู้ผลิตแกงส้มปักษ์ใต้ ได้	4. ปลาสด หากเก็บรักษาไม่ดี จะเกิดการเน่าเสียได้ง่าย
5. มีโรงงาน และอุปกรณ์ในการผลิตอาหารแปรรูป รวมทั้งอุปกรณ์ในการเก็บรักษาวัตถุดิบในพื้นที่	5. ปลา 3 น้ำ ยังไม่เป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลาย
6. แกงส้มปักษ์ใต้ สามารถเก็บรักษาไว้ได้หลายวัน และสามารถแช่แข็งไว้ได้นาน	
7. ในพื้นที่ มีกู่ที่มีประสบการณ์และเคยได้รับรางวัลจากการประกวดการทำอาหาร หลายคน	
8. วัตถุดิบ สามารถหาซื้อได้ง่ายในพื้นที่	
9. มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ โดยมีการจัดอาหารปิ่นโต และมีเครือข่ายความร่วมมือที่ดี	
10. ชาวปักษ์ใต้ที่อยู่ต่างถิ่น ได้มีโอกาสบริโภคแกงส้มรสชาติดั้งเดิม	

## ตารางที่ 2 (ต่อ)

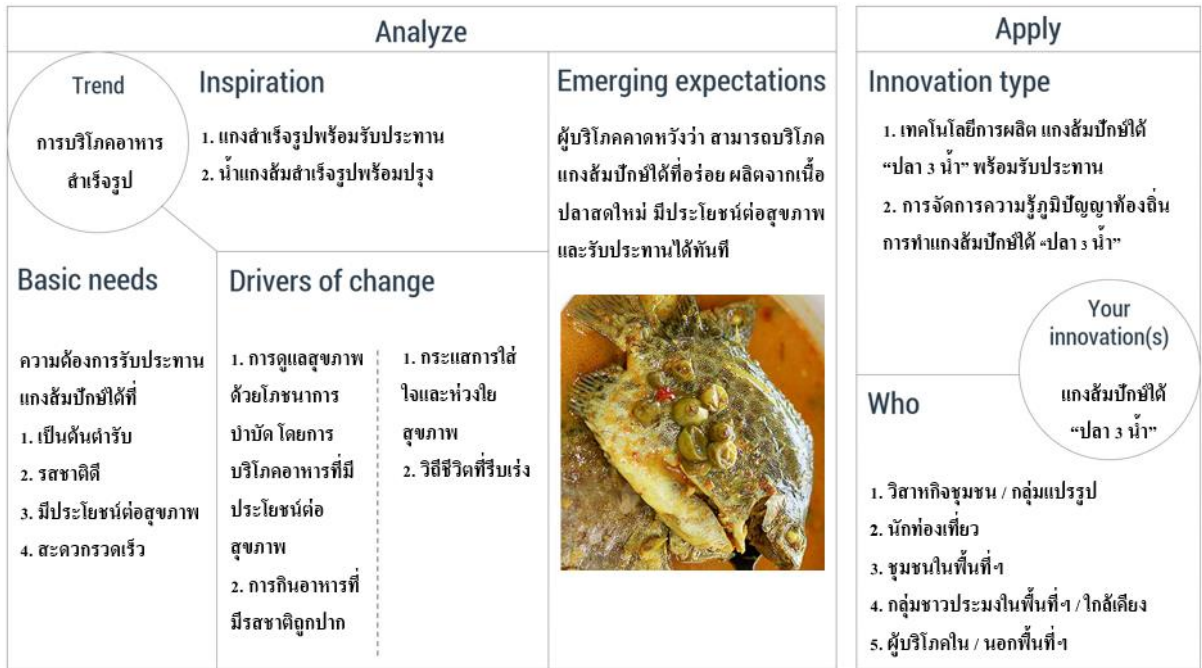
จุดแข็ง	จุดอ่อน
11. บริเวณพื้นที่ๆ เป็นปากอ่าว และมีฟาร์มทะเล ซึ่งเป็นพื้นที่อนุรักษ์ สัตว์น้ำกว่า 320 ไร่	
12. แก่งลึ่มปักษ์ใต้ สามารถจำหน่ายคู่กับสินค้าแปรรูปอื่น ๆ ของชุมชนในพื้นที่ อาทิ ปลาเค็ม น้ำพริกปลาทองเที่ยว ฯลฯ	

## ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์โอกาส และอุปสรรค ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ฯ

โอกาส	อุปสรรค
1. ปัจจุบันมีการขนส่งหลากหลายช่องทาง ซึ่งสามารถส่งสินค้าได้ อย่างสะดวก รวดเร็ว	1. ปัญหาขยะ และน้ำเสีย จากบริเวณใกล้เคียง
2. พฤติกรรมผู้บริโภคที่เน้นความสะดวกสบาย และความต้องการบริโภคอาหารท้องถิ่นต้นตำรับ และรสชาติถูกปาก	ส่งผลให้ปลาตายเป็นบางช่วง
3. กระแสการใส่ใจต่อสุขภาพ และวิถีชีวิตที่เรียบง่ายของผู้บริโภค	2. ปัญหาการลักลอบจับปลาโดยใช้เครื่องมือที่ไม่ได้มาตรฐาน และการวางยาเบื่อปลา ในลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา
4. การท่องเที่ยวเชิงอาหาร มีแนวโน้มได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น	3. จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยว ยังมีไม่มากนัก
5. ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และสื่อสังคมออนไลน์ ช่วยทำให้มีการติดต่อสั่งซื้อสินค้าได้อย่างสะดวก	

### 3) ผลการวิเคราะห์ Consumer trend canvas ของผลิตภัณฑ์

ผลการวิเคราะห์ Consumer trend canvas แสดงได้ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 Consumer trend canvas ของผลิตภัณฑ์ฯ (ประยุกต์จาก Toolshero. 2018)

จากภาพที่ 1 แสดงให้เห็นว่า แกงส้มบักขี้ได้อร่อย “ปลา 3 น้ำ” พร้อมรับประทาน เหมาะสำหรับเป็นทางเลือกใหม่ให้กับผู้บริโภคยุคใหม่ในปัจจุบันและอนาคตได้เป็นอย่างดี

### 4) ป้ายฉลากและบรรจุภัณฑ์แกงส้มบักขี้ได้อร่อย “ปลา 3 น้ำ” พร้อมรับประทาน

ผู้วิจัยได้ออกแบบป้ายฉลากผลิตภัณฑ์แกงส้มบักขี้ได้อร่อย “ปลา 3 น้ำ” พร้อมรับประทาน ดังภาพที่ 2 สำหรับบรรจุภัณฑ์สำหรับบรรจุแกงส้มบักขี้ได้อร่อย “ปลา 3 น้ำ” พร้อมรับประทาน นั้น ได้ออกแบบโดยใช้เกณฑ์ ความสะดวก ระยะเวลาในการขนส่ง ต้นทุน และการปกป้องคุ้มครองผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ถุง/กล่องพลาสติก และถุงลามิเนตอลูมิเนียมฟอยล์ ซึ่งสามารถช่วยป้องกันแสง ความชื้น และการซึมผ่านของน้ำ จึงเหมาะสำหรับการขนส่งผลิตภัณฑ์ฯ ทางไกลโดยการแช่แข็ง



ภาพที่ 2 ป้ายฉลากผลิตภัณฑ์แกงส้มปักษ์น้ำ “ปลา 3 น้ำ” พร้อมรับประทาน

#### 5) ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

ผลประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย สรุปได้ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ผลการประเมินความพึงพอใจต่อแกงส้มปักษ์ใต้ “ปลา 3 น้ำ” ของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

รายการ	ระดับความพึงพอใจ	แปลผล
<b>ด้านบรรจุภัณฑ์</b>	<b>4.20</b>	<b>มาก</b>
1 มีความทันสมัย	4.30	มาก
2 มีความเหมาะสม สามารถสื่อถึงผลิตภัณฑ์ได้ดี	4.25	มาก
3 มีความสะดวกในการขนส่ง	4.05	มาก
<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>	<b>4.56</b>	<b>มากที่สุด</b>
4 มีรสชาติดี/อร่อยแบบแกงส้มปักษ์ใต้	4.55	มากที่สุด
5 สีกลิ่นชวนรับประทาน	4.70	มากที่สุด
6 มีผลิตภัณฑ์ให้เลือกหลากหลาย เช่น สามารถเลือกชนิดของปลาและผักตามความต้องการ	4.42	มาก
<b>ด้านราคาขาย</b>	<b>4.24</b>	<b>มาก</b>
7 มีความเหมาะสมกับคุณค่าของผลิตภัณฑ์	4.02	มาก
8 มีราคาไม่แพง	4.23	มากที่สุด
9 มีหลายระดับราคาให้เลือก	4.46	มาก
<b>ด้านการจัดจำหน่าย</b>	<b>4.32</b>	<b>มาก</b>
10 มีการบริการจัดส่งถึงบ้าน	4.35	มาก
11 มีช่องทางการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ได้จากร้านชุมชนฯ และระบบออนไลน์	4.25	มาก
12 สามารถสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ได้ตามความต้องการ	4.36	มาก

ตารางที่ 4 (ต่อ)

รายการ	ระดับความพึงพอใจ	แปลผล
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>	<b>4.33</b>	<b>มาก</b>
13 มีการจำหน่ายราคาพิเศษเป็นครั้งคราวตาม ฤดูกาล	4.33	มาก
14 มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ อย่างทั่วถึง	4.36	มาก
15 มีการจัดโปรโมชั่นร่วมกับผลิตภัณฑ์อื่น เช่น ปลา เค็ม ผักสด หรือน้ำพริก เป็นต้น	4.32	มาก

จากตารางที่ 6 สรุปได้ว่า ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์แกงส้ม  
ปักษ์ใต้ “ปลา 3 น้ำ” พร้อมรับประทาน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.33) ทั้งนี้ผู้บริโภค  
กลุ่มเป้าหมายมีความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.56) รองลงมาได้แก่ ด้าน  
การส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย = 4.33) ด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย = 4.32) ด้านราคาขาย  
(ค่าเฉลี่ย = 4.24) และด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย = 4.20) ตามลำดับ

## สรุปและอภิปรายผล

ขั้นตอนและกรรมวิธีการผลิตแกงส้มปักษ์ใต้ปลาสามน้ำพร้อมรับประทานมี 4 ขั้นตอน  
ดังนี้ (1) ตั้งน้ำประมาณ 1 ลิตร ใส่ส้ม รอจนน้ำเดือด (2) ใส่เครื่องแกงที่บดหรือตำละเอียดแล้วลงใน  
น้ำเดือด คนให้ทุกอย่างละลายและผสมเข้ากันดี (ใช้ไฟแรง) รอจนน้ำแกงเดือด (3) ใส่ผักตามชอบ  
รอให้เดือด ชิม และปรุงรส และ (4) ใส่ปลาที่หั่นชิ้นและล้างสะอาดแล้วลงในน้ำแกง ปิดฝา รอจน  
เดือด ยกไปเสิร์ฟ

ผลการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์แกงส้มปักษ์  
ใต้ “ปลา 3 น้ำ” พร้อมรับประทานพบว่า ชุมชนฯ มีศักยภาพในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ฯ

ผลการวิเคราะห์ Consumer trend canvas พบว่า ผลิตภัณฑ์แกงส้มปักษ์ใต้ “ปลา 3 น้ำ”  
พร้อมรับประทาน เหมาะสำหรับเป็นทางเลือกใหม่ให้กับผู้บริโภคยุคใหม่ในปัจจุบันและอนาคตได้  
เป็นอย่างดี

ป้ายฉลากผลิตภัณฑ์แกงส้มปักษ์ใต้ “ปลา 3 น้ำ” พร้อมรับประทาน สามารถสื่อสารถึง  
ผลิตภัณฑ์ได้เป็นอย่างดี และได้รับความพึงพอใจจากกลุ่มตัวอย่างในระดับมาก สำหรับบรรจุภัณฑ์  
แกงส้มปักษ์ใต้ “ปลา 3 น้ำ” พร้อมรับประทาน นั้นได้ออกแบบโดยพิจารณาจากเกณฑ์ ความ  
สะดวก ระยะเวลาในการขนส่ง ต้นทุน และการปกป้องคุ้มครองผลิตภัณฑ์

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์โดยภาพรวม ในระดับมากที่สุด 1 ด้าน คือ ด้าน  
ผลิตภัณฑ์ และในระดับมาก 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านบรรจุภัณฑ์ ด้านราคาขาย ด้านการจัด  
จำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

ผลการศึกษานี้ ทำให้ได้องค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ในการทำแกงส้มปักษ์น้ำ “ปลา  
3 น้ำ” ของชุมชนฯ โดยขั้นตอนการทำแกงส้มและเครื่องปรุง ส่วนใหญ่จะคล้ายกันเกือบทุก  
ครัวเรือน ต่างกันเพียงวัตถุดิบที่ใช้ ปริมาณของส่วนผสมในเครื่องแกง ส้มที่ใช้ และผักที่ใส่ในแกง

ตามความชอบ การใช้ส้มหรือผักที่แตกต่างกันนั้น จะทำให้ได้น้ำแกงส้มมีรสชาติแตกต่างกัน จึงช่วยลดความจำเจในการบริโภครสชาติเดียวกันติดต่อกันเนื่องจากแกงส้มเป็นเมนูหลักของชุมชนฯ

สำหรับคุณค่าของแกงส้มผักได้ “ปลา 3 น้ำ” พร้อมรับประทาน ที่ได้จากการวิจัยสรุปได้ ดังนี้ (1) ด้านความสดใหม่ การผลิตแกงส้มจากแหล่งวัตถุดิบ สามารถรักษาความสดใหม่ของ “ปลา 3 น้ำ” ได้ดีกว่าการส่งปลาไปผลิตนอกพื้นที่ เนื่องจากปลาเป็นมีโอกาสน้ำเสียได้ง่าย (2) ด้านคุณค่าทางโภชนาการ จากผลการศึกษาคคุณค่าทางอาหารของปลาของ Ramarn (2020) พบว่าคุณค่าทางอาหารของปลามีความแตกต่างกันตามชนิดของปลา ฤดูกาล และพื้นที่ ทั้งนี้พบว่า ปลาบริเวณพื้นที่ควนเนียง (“ปลา 3 น้ำ”) มีปริมาณไขมันมากกว่าปลาบริเวณพื้นที่ปากพะยูนและพื้นที่ปากประ ทั้งยังมีปริมาณโปรตีนใกล้เคียงกับพื้นที่ปากพะยูนแต่มีโปรตีนมากกว่าพื้นที่ปากประ การบริโภคแกงส้มผักได้ “ปลา 3 น้ำ” จึงช่วยให้ผู้บริโภคได้คุณค่าทางโภชนาการหรือสารอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพมากกว่าปลาในบริเวณพื้นที่อื่นของกลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา (3) ด้านการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับชุมชน การแปรรูป “ปลา 3 น้ำ” โดยการผลิตเป็น แกงส้มผักได้ “ปลา 3 น้ำ” ช่วยเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถจำหน่ายได้ในราคาที่สูงขึ้น และเกิดการใช้ประโยชน์จาก “ปลา 3 น้ำ” ได้อย่างเต็มที่โดยเฉพาะในฤดูกาลที่มี “ปลา 3 น้ำ” เป็นจำนวนมาก ไม่สามารถส่งขายในลักษณะปลาสดได้ทัน รวมทั้งยังสามารถเพิ่มมูลค่าผัก ผลไม้ที่มีในท้องถิ่น โดยนำมาเป็นวัตถุดิบ เครื่องแกง หรือส่วนผสมในแกงส้มฯ ทั้งยังสามารถนำผักสดมาขายคู่กับแกงส้มฯ ได้อีกด้วย

## ข้อเสนอแนะ

### 1) ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

จากผลการวิจัยที่พบว่า จุดอ่อนของ “ปลา 3 น้ำ” คือ หากเก็บรักษาไว้ในรูปปลาสด จะเกิดการเน่าเสียได้ง่าย การนำ “ปลา 3 น้ำ” มาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์แกงส้มผักได้ “ปลา 3 น้ำ” จึงเป็นการแปรรูปปลาสดอีกวิธีหนึ่ง เพื่อให้เก็บรักษาไว้ได้นานขึ้น ทั้งยังช่วยเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับ “ปลา 3 น้ำ” ที่มีมูลค่าสูง อย่างไรก็ตามควรมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย และควรสร้างการรับรู้เกี่ยวกับเรื่องราวของผลิตภัณฑ์ฯ ไปยังลูกค้ากลุ่มเป้าหมายอย่างทั่วถึง นอกจากนี้ควรคำนึงถึงในมิติเชิงอนุรักษ์พันธุ์ “ปลา 3 น้ำ” เพื่อไม่ให้สูญพันธุ์ไปด้วยเช่นกัน ทั้งนี้ชุมชนฯ อาจวางแผนในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์แกงส้มผักได้ “ปลา 3 น้ำ” ตามฤดูกาล หรือในช่วงที่ไม่ใช่ฤดูกาลวางไข่ หรือในช่วงที่มี “ปลา 3 น้ำ” สันตลัดหรือเพียงพอต่อการนำมาแปรรูปเป็นแกงส้มเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจในชุมชนฯ

### 2) ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ผู้สนใจอาจทำวิจัยเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ “ปลา 3 น้ำ” ในรูปแบบอื่น ๆ เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ และสร้างรายได้/อาชีพให้กับชุมชนฯ

## กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากการร่วมทุนระหว่าง มหาวิทยาลัยทักษิณ กับสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม (สกสว.) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561



## เอกสารอ้างอิง

- Chaoprasert, C. (2009). Marketing Services (11<sup>th</sup> edition). Bangkok: S. Asia Press. (in Thai)
- Cochran, W.G. (1977). Sampling Techniques. 3<sup>rd</sup> Edition. New York: John Wiley & Sons.
- Department of Fisheries. (2015). Fish Processing. Bangkok: Fisheries Industrial Technology Research and Development Division. (in Thai)
- Food Intelligence Center Thailand. (2016). Ready-to-eat Food Market in Thailand. Retrieved February 24, 2020, from <http://fic.nfi.or.th/MarketOverviewDomesticDetail.php?id=124>. (in Thai)
- Honestdocs. (2020a). Benefits of Hot Chili, Eating Ideas, the Use of Hot Chili for Health, Caution. Retrieved February 16, 2020, from <https://www.honestdocs.co/benefits-of-thai-chili>. (in Thai)
- Honestdocs. (2020b). Turmeric, Authentic Thai Herbs with Benefits and How to Use It Correctly. Retrieved February 16, 2020, from <https://www.honestdocs.co/turmeric-thai-herbal-and-its-benefits>. (in Thai)
- Honestdocs. (2020c). Benefits of Tamarind, Eating ideas, the Use of Tamarind for Health, Caution. Retrieved February 16, 2020, from <https://www.honestdocs.co/the-benefits-of-tamarind-the-idea-of-eating-tamarind-for-health>. (in Thai)
- Honestdocs. (2020d). Lime Has Many Benefits and Properties. Retrieved February 16, 2020, from <https://www.honestdocs.co/lemon-and-its-benefits>. (in Thai)
- Honestdocs. (2020e). Garlic, Nutrition Properties, Benefits and How to Use for Health. Retrieved February 16, 2020, from <https://www.honestdocs.co/herbal-garlic-help-disease>. (in Thai)
- Huntsang, U. (2019). Ban Chok Muang Community History., Songkhla: Ban Chok Muang. (in Thai)
- Maad-nui, P. & Plathong, S. (2009). Fish in the Songkhla Lake Basin. Marine and Coastal Resources Research and Development Institute. (in Thai)
- National Education Commission. (1998). Guidelines for Promoting Thai Culture in Education. Bangkok: Pim-D. (in Thai)
- Ramarn, T. (2020). Biodiversity and Biology of Fishes from Upper and Middle Songkhla Lake for Sustainable Resources Management. Phatthalung: Thaksin University. (in Thai)
- Robertson, G. L. (2013). Food packaging: Principles and practice (3<sup>rd</sup> ed.). Florida: CRC Press.
- Silanoi, L. (2016). Analysis of SWOT and TOWS. Retrieved June 10, 2020 from <http://etatjournal.com/upload/36/TOWS%20Matrix.pdf>. (in Thai)

- Siriphongwutikorn, S., Asawakedmanee, W., Wichianchote, S. & Promchiam, P. (2011). Functional properties and uses in food from medicinal plants / spices and curry. Songkhla: Prince of Songkla University. (in Thai)
- Sri Sa-at, B. (2010). Preliminary research (8<sup>th</sup> edition). Bangkok: Sirewiyasarn. (in Thai)
- Sukkaphap-D. (2017). "Shrimp" Local Flavoring Valuable Source of Nutrients. Retrieved February 16, 2020, from <https://sukkaphap-d.com/กะปิ-เครื่องปรุงรสดี/>. (in Thai)
- Toolshero. (2018). Consumer Trend Canvas Template. Retrieved December 5, 2019, from <https://www.toolshero.com/wp-content/uploads/2018/04/consumer-trend-canvas-template-pdf-toolshero.pdf>
- Wuttiparam, J. (2019). Analysis of consumer trends in the health and beauty industry. Retrieved December 5, 2019, from <https://idgthailand.com/the-trend-driven-innovation-toolkit/>. (in Thai)