

การเพิ่มข้อมูลผลิตภัณฑ์กุนเชียงปลาเยือกด้วยภาษาอังกฤษเพื่อเผยแพร่ผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่รู้จักของ  
ชาวต่างชาติ

ดวงจิตร์ สุขภาพสุข<sup>1\*</sup> เจนจิรา คิคคุ้มคำ<sup>2</sup> นัทธมน ชัยพฤติตานนท์<sup>3</sup> และณัฐมน เชื้อเพชร<sup>4</sup>

<sup>1</sup>อาจารย์ประจำหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาอังกฤษธุรกิจ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

<sup>2</sup>นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาภาษาอังกฤษธุรกิจ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

\*duangjit018@gmail.com

**บทคัดย่อ**

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอข้อมูลภาษาอังกฤษของผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่รู้จักของชาวต่างชาติ และเพื่อศึกษาความคิดเห็นในการเพิ่มข้อมูลภาษาอังกฤษบนฉลากผลิตภัณฑ์เดิมของผลิตภัณฑ์กุนเชียงปลาเยือก กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่สะพานข้ามแม่น้ำแคว จำนวน 10 คน และชาวบ้านที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ จำนวน 10 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถามความพึงพอใจที่เป็นภาษาอังกฤษและภาษาไทย เกี่ยวกับป้ายฉลากผลิตภัณฑ์ที่เป็นภาษาอังกฤษ ผู้วิจัยใช้ค่าเฉลี่ยซึ่งเป็นสถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์ข้อมูล ผลการวิจัยพบว่าชาวต่างชาติมีความเข้าใจเกี่ยวกับรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.2 ซึ่งเป็นค่าที่มาก และชาวบ้านที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์กุนเชียงปลาเยือกมีความสนใจเกี่ยวกับความสวยงามของฉลากข้อมูลผลิตภัณฑ์ภาษาอังกฤษ ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.3 ซึ่งเป็นค่าเฉลี่ยที่มาก

**คำสำคัญ :** กุนเชียงปลาเยือก ข้อมูลภาษาอังกฤษของผลิตภัณฑ์

# Adding Information of Jullien's Golden Carp Chinese Sausage by Using English for Promoting Products to The Foreigners

Duangjit Sukhapabsuk<sup>1\*</sup>, Jenjira Kidkumkam<sup>2</sup>, Nattamon Chaipruettitanon<sup>3</sup>, and Nattamon Cheaphet<sup>4</sup>

1 Business English Lecturer

2 Business English Student

3 Business English Student

4 Business English Student

\* duangjit018@gmail.com

## Abstract

*The purposes of this research were to present the product information in English to foreigners and to survey the product knowledge and understanding of foreigners' opinions. The sample group used in this study was divided into 2 groups: 10 foreign tourists at the River Kwai Bridge and 10 villagers who were familiar with product. The research instrument was the satisfaction questionnaire in English and Thai about the English product label. The researcher employed mean as descriptive statistics to analyze the data. The results indicated that foreigners had a better understanding of the product details with an average 4.20 at the high value. The villagers who had knowledge and understanding about products interested in the beauty of the product information labels in English with an average of 4.30 at the high value.*

**Keywords:** Jullien's Golden Carp Chinese Sausage, English Product Information

## 1. บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ

การประกอบการโดยชุมชนที่มีสมาชิกในชุมชนเป็นเจ้าของปัจจัยการผลิตทั้งด้านการผลิต การค้า และการเงิน สมาชิกในชุมชนต้องการใช้ปัจจัยการผลิตนี้ให้เกิดดอกผลทั้งเศรษฐกิจและสังคม ด้านเศรษฐกิจคือการสร้างรายได้และอาชีพ ทางด้านสังคมคือการทำผลิตภัณฑ์เป็นครอบครัวและชุมชนร่วมกันคิดโดยผ่านกระบวนการของวิสาหกิจชุมชน แนวคิดนี้เกิดขึ้นตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียงและนำมาพัฒนาอย่างต่อเนื่องจนเป็นระบบโดยที่ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเอง คนในวิสาหกิจชุมชนเป็นเจ้าของกิจการโดยใช้ทุนทางวัฒนธรรมและทุนทางสังคมในท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด (วิสาหกิจชุมชน, ไม่ปรากฏปี)

กุนเชียงปลาเย็สกถือเป็นหนึ่งในวิสาหกิจชุมชนเพราะเป็นปลาที่โดดเด่นและขึ้นชื่อของจังหวัดกาญจนบุรี จนมีคำกล่าวที่ว่าหากมาเมืองกาญจน์แล้วไม่ได้รับประทานปลาเย็สกถือว่ามาไม่ถึง (MGR Online, 2560: ออนไลน์) คุณพิสิษฐ์ เต่งภาวดี เห็นถึงทรัพยากรในท้องถิ่นและได้ก่อตั้งบริษัทเพื่อผลิตกุนเชียงปลาเย็สกถือมากกว่า 13 ปี โดยมีวัตถุประสงค์ในการจัดตั้งขึ้นเพื่อสร้างงานให้แก่ชุมชนโดยประชาชนไม่ต้องเดินทางไปทำงานไกลบ้าน ผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารมีความปลอดภัยมี

คุณภาพ มีมาตรฐานรับรองและมีจรรยาบรรณ ผลิตแล้วต้องปลอดภัยทุกคนสามารถทานได้ ทุกขั้นตอนของการผลิตถูกต้องตามหลักสุขลักษณะ ได้มาตรฐานจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา มาตรฐานการผลิตผลิตภัณฑ์ และมาตรฐานของผลิตภัณฑ์อาหารหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ อีกทั้งยังได้รับประกาศนียบัตร OTOP 5 ดาวและได้รับรางวัลเป็นผลิตภัณฑ์นวัตกรรมด้านอาหาร (พลิชฐ์ เต่งภาวดี, สัมภาษณ์, 2562)

ในปัจจุบันนี้ประเทศไทยประสบปัญหาด้านเศรษฐกิจตกต่ำทำให้ส่งผลกระทบต่อผู้ที่ผลิตและจำหน่ายสินค้า อีกทั้งยังส่งผลกระทบต่อด้านรายได้ของประชาชนในพื้นที่ จากการลงพื้นที่สำรวจพบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติไม่รู้จักผลิตภัณฑ์กุนเชียงปลาเย็สกในเขตพื้นที่จังหวัดกาญจนบุรีเพราะไม่มีข้อมูลที่เป็นภาษาอังกฤษอยู่บนฉลากผลิตภัณฑ์ กลุ่มผู้วิจัยสนใจและได้นำความรู้ทางด้านภาษาอังกฤษมาพัฒนาารูปแบบผลิตภัณฑ์กุนเชียงปลาเย็สกโดยการจัดทำป้ายข้อมูลผลิตภัณฑ์เป็นภาษาอังกฤษ

## 1.2 จุดมุ่งหมายของการศึกษา

- 1) เพื่อนำเสนอข้อมูลภาษาอังกฤษของผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่รู้จักของชาวต่างชาติ
- 2) เพื่อศึกษาความคิดเห็นในการเพิ่มข้อมูลภาษาอังกฤษบนฉลากผลิตภัณฑ์เดิม

## 1.3 นิยามคำศัพท์เฉพาะ

พิมพ์เพ็ญ พรเฉลิมพงศ์ (2550) ได้ให้คำจำกัดความกุนเชียงว่ากุนเชียงเป็นผลิตภัณฑ์จากเนื้อสัตว์ในกลุ่มไส้กรอก ประเภทไส้กรอกแห้ง ไม่มีการหมักด้วยจุลินทรีย์ กุนเชียงมีลักษณะเนื้อหยาบ กุนเชียงมีส่วนผสมหลักคือเนื้อหมูและมันหมู เช่นเดียวกับไส้กรอก ปรงรสด้วย เกลือ น้ำตาล เครื่องเทศ ซีอิ๊ว ไนไตรต์ ไนเตรต ฟอสเฟต ใส่ลงไปเพื่อให้มีกลิ่น รส และทำให้ลักษณะของผลิตภัณฑ์ดีขึ้นเนื่องจากในกุนเชียงมีไขมันเป็นส่วนประกอบหลักและยังคงมีความชื้นสูง

## 1.4 สมมติฐานของการวิจัย

กลุ่มลูกค้านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเข้าใจข้อมูลบนฉลากผลิตภัณฑ์ที่เป็นภาษาอังกฤษมากขึ้น

## 2. วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

### 2.1 ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคจะทำให้สามารถสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดที่สร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคและความสามารถในการค้นหาทางแก้ไข พฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคในสังคมได้ถูกต้องและสอดคล้องกับความสามารถในการตอบสนองของธุรกิจมากยิ่งขึ้น ที่สำคัญจะช่วยให้การพัฒนาตลาดและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้น ในตลาดปัจจุบันถือว่าผู้บริโภคเป็นใหญ่ จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารการตลาดจะต้องศึกษากลุ่มผู้บริโภคให้ละเอียดถึงสาเหตุของการซื้อ การเปลี่ยนแปลงการซื้อ การตัดสินใจซื้อ ฯลฯ จะช่วยให้ผู้บริหารทลายใจหรือเดาใจกลุ่มผู้บริโภคของกิจการได้ถูกต้องว่ากลุ่มผู้บริโภคเหล่านั้นต้องการอะไร มีพฤติกรรมการซื้ออย่างไร แรงจูงใจในการซื้อเกิดจากอะไร แหล่งข้อมูลที่ผู้บริโภคนำมาตัดสินใจซื้อคืออะไร รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจซื้อข้อมูลต่าง ๆ เหล่านี้เป็นประโยชน์ต่อการวางแผนทางการตลาด (ราช ศิริวัฒน์, 2560: ออนไลน์)

### 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จิรวุฒิ หลอมประโคน (2561) มีวัตถุประสงค์ในการวิจัยเพื่อพัฒนาการออกแบบป้ายฉลากผลิตภัณฑ์น้ำตาลทรายผ่านปัจจัยด้านการออกแบบสามด้านที่สื่อถึงผลิตภัณฑ์น้ำตาลทรายและวิถีชาวไร่พร้อมทั้งตรวจสอบความสามารถในการจดจำและความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการออกแบบป้ายฉลากบรรจุภัณฑ์น้ำตาลทรายโดยพิจารณาการเปรียบเทียบพฤติกรรมของผู้บริโภคของป้ายฉลากบรรจุภัณฑ์น้ำตาลทราย เครื่องมือที่ใช้วิจัยได้แก่ผลิตภัณฑ์น้ำตาลทราย

ที่ติดป้ายฉลากบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าสถิติที่ t-test โดยผลการวิจัยปรากฏว่าผลของยอดขายผลิตภัณฑ์ น้ำตาลทรายที่มีป้ายฉลากบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบโดยการใช้ รูปภาพสีสันอักษรและขนาดการติดป้ายฉลากดังกล่าวทำให้ขายที่ ราคาน้ำตาลทรายได้เพิ่มขึ้นกล่าวคือวิธีการทางการปรับเปลี่ยนรูปแบบผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลและมีบทบาทสำคัญในการทำนาย พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคได้

วัลลภ เปรมาพันธุ์ สุนฤต เงินส่งเสริม สุรียา สงค์อินทร์ วิชัย พรมาลัยรุ่งเรือง นงคันุช กลิ่นพิกุล (2547) การ ศึกษาวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาและออกแบบฉลากและบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์แปรรูปทางการเกษตรของกลุ่มแม่บ้าน การเกษตรและส่งเสริมอาชีพของจังหวัดสมุทรปราการ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยได้แก่พนักงานที่เกี่ยวข้องที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปทางการเกษตร จำนวน 50 คนและกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรที่ผลิตภัณฑ์แปรรูปทางการเกษตรจำนวน 25 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือแบบสอบถามความต้องการของฉลากและบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์แปรรูปทางการเกษตรของกลุ่มแม่บ้าน การเกษตรเป็นแบบสอบถามปลายปิดที่ครอบคลุมทั้งลักษณะสี รูปร่าง วัสดุ ขนาดและราคาของบรรจุภัณฑ์เครื่องมือที่ใช้ในการประเมินการออกแบบใหม่ของฉลากและบรรจุภัณฑ์แปรรูปทางการเกษตรกลุ่มแม่บ้านการเกษตรและกลุ่มส่งเสริมอาชีพ ของจังหวัดสมุทรปราการ คือแบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวยและกลุ่มแม่บ้านเป็นบางส่วนประเมินค่าห้าระดับ ผลการวิจัยสามารถสรุปได้ว่าจากการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ต้องการบรรจุภัณฑ์ที่สะอาด ข้อมูลของ ฉลากผลิตภัณฑ์สามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจนและ ส่วนฉลากเน้นตรงที่สามารถอ่านง่ายเข้าใจง่ายวัสดุที่จำเป็นต้องเป็นกระดาษ

### 3. วิธีดำเนินงานวิจัย

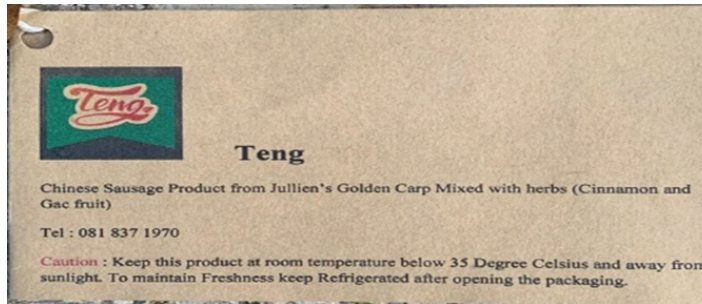
#### 3.1 กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่กลุ่มชาวบ้าน ตำบลพงตึก อำเภอนาทม จ.กาฬสินธุ์ เพศหญิงและ เพศชาย อายุระหว่าง 25-60 ปี อาชีพรับจ้างหรือทั่วไป การศึกษาตั้งแต่ระดับประถมศึกษาถึงระดับปริญญาตรี และประชากร ชาวต่างชาติ กลุ่มนักท่องเที่ยวบริเวณสะพานข้ามแม่น้ำแคว จ.กาฬสินธุ์ เพศหญิงและเพศชาย อายุระหว่าง 25-60 ปี

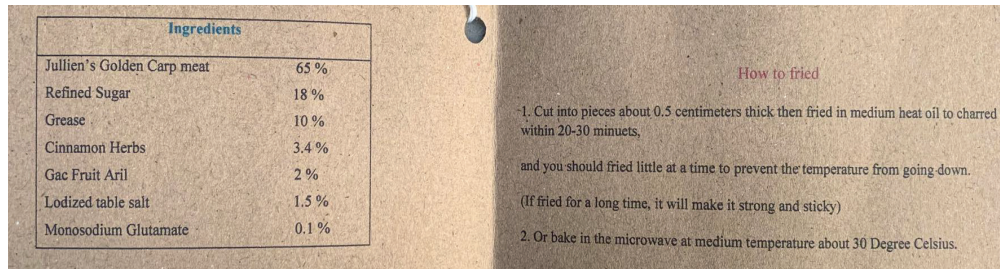
กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ 1) กลุ่มลูกค้านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวที่สะพานข้าม แม่น้ำแควจังหวัดกาฬสินธุ์ เพศหญิงและเพศชาย อายุระหว่าง 25-60 ปี อาชีพใดก็ได้ การศึกษาตั้งแต่ระดับประถมศึกษาถึง ระดับปริญญาตรี มีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญโดยเลือกกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่กำลังเลือกซื้อของฝาก โดย กลุ่มผู้วิจัยได้เข้าไปขออนุญาตสอบถามถึงความสะดวกในการทำแบบสอบถามและใช้ภาษาอังกฤษในการพูดคุย อธิบายถึง วัตถุประสงค์ของการทำวิจัยและสอบถามถึงความคิดเห็นของชาวต่างชาติที่มีต่อป้ายฉลากผลิตภัณฑ์ที่เป็นภาษาอังกฤษ และ 2) กลุ่มชาวบ้านตำบลพงตึก อำเภอนาทม จ.กาฬสินธุ์ อายุระหว่าง 25-60 ปี อาชีพรับจ้างหรือทั่วไป การศึกษาตั้งแต่ ระดับประถมศึกษาถึงระดับปริญญาตรี มีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงโดยกลุ่มผู้วิจัยได้เข้าไปขออนุญาตสอบถามถึง ความสะดวกในการทำแบบสอบถามถึงความพึงพอใจต่อการเพิ่มฉลากข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่เป็นภาษาอังกฤษ

#### 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

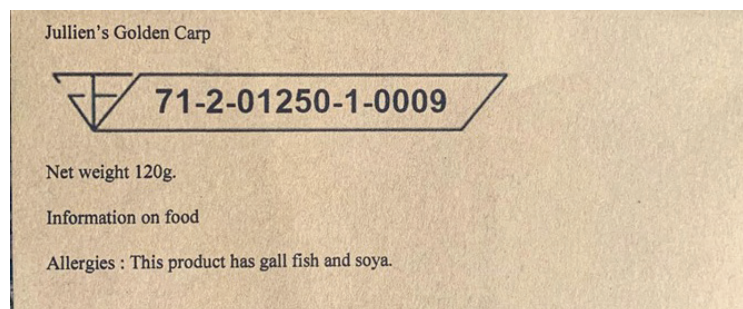
1) ฉลากผลิตภัณฑ์ (Tag) ลักษณะเป็นป้ายกระดาษ รูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า สีน้ำตาล ตัวอักษรสีดำ และ บรรยายวิธีการทำเป็นภาษาอังกฤษ ทั้งหน้าฉลากและหลังฉลาก



ภาพที่ 1 แสดงด้านหน้าของป้ายฉลากผลิตภัณฑ์ข้อมูลภาษาอังกฤษ



ภาพที่ 2 ด้านในของฉลากผลิตภัณฑ์ข้อมูลภาษาอังกฤษ



ภาพที่ 3 ด้านหลังของฉลากผลิตภัณฑ์ข้อมูลภาษาอังกฤษ

2) แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ผู้วิจัยได้ทำแบบประเมินคุณภาพของการป้ายผลิตภัณฑ์พัฒนาข้อมูลผลิตภัณฑ์กุนเชียงปลาเยี่ยง โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม คำตอบเป็นแบบเลือกตอบ (Check list) ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามข้อมูลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์กุนเชียงปลาเยี่ยง ซึ่งเป็นคำถามปลายเปิด (Close-Ended Question) สอบถามเกี่ยวกับการให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์เป็นภาษาอังกฤษ ว่าผู้ตอบแบบสอบถามเข้าใจในรายละเอียดเกี่ยวกับข้อมูลผลิตภัณฑ์เป็นภาษาอังกฤษ และมีความสนใจซื้อผลิตภัณฑ์กุนเชียงปลาเยี่ยง มากน้อยเพียงใด ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) โดยใช้มาตราส่วนประมาณค่าของ Likert Rating-Scales คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด และตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามข้อเสนอแนะอื่น ๆ เพื่อใช้เป็นข้อเสนอแนะในการพัฒนาและปรับปรุงข้อมูลผลิตภัณฑ์ต่อไป

### 3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

กลุ่มผู้วิจัยได้จัดทำแบบประเมินความคิดเห็นขึ้นมาเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลโดยจะแบ่งเป็น 2 กลุ่มในการประเมินคือชาวบ้านชุมชนพดด้วงแบบประเมินภาษาไทย จำนวน 10 ชุด กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติแบบประเมินภาษาอังกฤษ จำนวน 10 ชุด รวมทั้งหมดเป็น 20 ชุด และความคิดเห็นข้อเสนอแนะเพื่อนำมาปรับปรุงในการทำวิจัยในครั้งต่อไป

### 3.4 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ค่าเฉลี่ย (Mean) ตามเกณฑ์ของ Likert Scale ค่าเฉลี่ยจะต้องไม่เกิน 5

## 4. ผลการวิจัย

จากการวิจัยเรื่อง การเพิ่มข้อมูลผลิตภัณฑ์กุนเชียงปลายี่สกด้วยภาษาอังกฤษเพื่อเผยแพร่ผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่รู้จักของชาวต่างชาติ สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

#### ตารางที่ 1 ความคิดเห็นต่อฉลากผลิตภัณฑ์ภาษาอังกฤษของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

Point Consider	ค่าเฉลี่ย	ระดับ
1.The label is appropriate.	4.20	มาก
2. The label is clearly.	3.90	มาก
3. The label makes you more clarifying.	3.00	ปานกลาง
4. The label attracts you would like to buy product.	3.90	มาก
5. The label is beautiful	3.30	ปานกลาง
Total	3.66	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่าโดยภาพรวมของแบบสอบถามความคิดเห็นต่อฉลากผลิตภัณฑ์ภาษาอังกฤษของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 ซึ่งอยู่ในระดับมาก หากพิจารณารายข้อแล้วพบว่าข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ The label is appropriate ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.2 ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ The label is clearly และ The label attracts you would like to buy product ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ลำดับที่ 3 คือ The label is beautiful ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30 ซึ่งจัดอยู่ในระดับปานกลางและลำดับสุดท้ายคือ The label makes you more clarifying ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 ซึ่งจัดอยู่ในระดับปานกลาง

#### ตารางที่ 2 ความคิดเห็นต่อฉลากผลิตภัณฑ์ภาษาอังกฤษของหมู่บ้านชุมชนพดด้วง

ประเด็นพิจารณา	ค่าเฉลี่ย	ระดับ
1. ความเข้าใจเกี่ยวกับรายละเอียดของผลิตภัณฑ์	4.00	มาก
2. ความสวยงามของรูปแบบข้อมูลผลิตภัณฑ์	3.80	มาก

3. คุณภาพของรูปแบบผลิตภัณฑ์	3.90	มาก
4. ความชัดเจนของข้อมูลภาษาอังกฤษ	3.70	มาก
5. ความสวยงามของฉลากข้อมูลผลิตภัณฑ์ภาษาอังกฤษ	4.30	มาก
<b>ผลรวม</b>	<b>3.94</b>	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่าโดยภาพรวมของแบบสอบถามความคิดเห็นต่อฉลากผลิตภัณฑ์ภาษาอังกฤษของกลุ่มชาวบ้านชุมชนพงตึกมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 ซึ่งอยู่ในระดับมาก หากพิจารณารายข้อแล้วพบว่าข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความสวยงามของฉลากข้อมูลผลิตภัณฑ์ภาษาอังกฤษที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือความเข้าใจเกี่ยวกับรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ลำดับที่ 3 คือคุณภาพของรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ลำดับที่ 4 คือความสวยงามของรูปแบบข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก และลำดับสุดท้ายคือความชัดเจนของข้อมูลภาษาอังกฤษที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก

## 5. สรุปผลและอภิปรายผลการวิจัย

### 5.1 สรุปผลการวิจัย

ผลลัพธ์ของแบบสอบถามข้อมูลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์กุนเชียงปลาเยือกหลังจากผู้วิจัยได้เพิ่มฉลากผลิตภัณฑ์เป็นภาษาอังกฤษ โดยภาพรวมของแบบสอบถามกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรีบริเวณสะพานข้ามแม่น้ำแควได้ค่าเฉลี่ยของแบบประเมินสูงสุดอยู่ที่ 4.2 ซึ่งเป็นค่าเฉลี่ยที่อยู่ในระดับมาก และภาพรวมของแบบสอบถามกลุ่มชาวบ้านในบริเวณชุมชนพงตึกได้ค่าเฉลี่ยของแบบประเมินสูงสุดเท่ากับ 4.3 อยู่ในระดับมาก

### 5.2 อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิจัยเรื่องการเพิ่มข้อมูลผลิตภัณฑ์กุนเชียงปลาเยือกด้วยภาษาอังกฤษเพื่อเผยแพร่ผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่รู้จักของชาวต่างชาติ สามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจและค่อนข้างเข้าใจในรายละเอียดบนฉลากผลิตภัณฑ์กุนเชียงปลาเยือกที่เป็นภาษาอังกฤษ ในกรณีที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติไม่รู้จักกุนเชียงปลาเยือกมาก่อนการเพิ่มข้อมูลผลิตภัณฑ์เป็นภาษาอังกฤษเป็นการทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติรู้จักถึงผลิตภัณฑ์กุนเชียงปลาเยือกมากขึ้น และยังเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับตัวผลิตภัณฑ์ได้มากขึ้น นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติบางคนให้ข้อเสนอแนะที่แตกต่างกันอย่างน้อยสำคัญยกตัวอย่างเช่น ข้อมูลบนฉลากผลิตภัณฑ์มีความครบถ้วนและถูกต้อง และการเพิ่มป้ายฉลากข้อมูลผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมมากเพราะทำให้ชาวต่างชาติได้รู้จักกับกุนเชียงปลาเยือก ตามแนวทางในงานวิจัยฉบับนี้สอดคล้องกับวิจัยฉบับในอดีตของ 1) วิวัฒน์ จันทร์กิ่งทอง (2558) ผลวิจัยสรุปได้ว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจกับการออกแบบที่เด่นชัด สวยงามและความแข็งแรงของบรรจุภัณฑ์ 2) จิรวุฒิ หลอมประโคน (2561) ผลการวิจัยสรุปได้ว่า ผลของยอดขายผลิตภัณฑ์น้ำตาลทรายที่มีป้ายฉลากบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบโดยการใช้รูปภาพสีสันอักษรและขนาดการตีพิมพ์ฉบับดังกล่าวทำให้ขายที่ราคาน้ำตาลทรายได้เพิ่มขึ้น และ 3) สุริยา สงค์อินทร์ (2561) ผลการวิจัยสรุปได้ว่าจากการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ต้องการบรรจุภัณฑ์ที่สะอาด ข้อมูลของฉลากผลิตภัณฑ์สามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน และส่วนฉลากเน้นตรงที่สามารถอ่านง่าย เข้าใจง่ายวัสดุที่ควรต้องเป็นกระดาษ

## 6. เอกสารอ้างอิง (References)

- จิรวุฒิ หลอมประโคน. (2561). อิทธิพลของปัจจัยด้านการออกแบบป้ายฉลากบรรจุภัณฑ์ต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค: การศึกษาค้นคว้าเพื่อมองสัมพันธ์กับเหตุการณ์. (วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต) วิทยาลัยวิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา มหาวิทยาลัยบูรพา
- พลิชฐ์ เต่งภาวดี. (สัมภาษณ์, 1 ตุลาคม 2562).
- พิมพ์เพ็ญ พรเฉลิมพงศ์. (2543). ความหมายของกุนเชียง (ออนไลน์). สืบค้นจาก <http://www.foodnetworksolution.com/wiki/word/3270/chinese-sausage%E0%B8%81%E0%B8%B8%E0%B8%99%E0%B9%80%E0%B8%8A%E0%B8%B5%E0%B8%A2%E0%B8%87>, 12 มิถุนายน 2563.
- ราช ศิริวัฒน์. 2560. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค (ออนไลน์). สืบค้นจาก <https://doctemple.wordpress.com/2017/01/23/>, 12 มิถุนายน 2563.
- วัลลภ เปรมานพพันธุ์ สุนฤต เงินส่งเสริม สุริยา สงค์อินทร์ วิชัย พรมาลัยรุ่งเรือง นงคินุช กลิ่นพิกุล (2547). การออกแบบฉลากและบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์แปรรูปทางการเกษตรของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรและกลุ่มส่งเสริมอาชีพของจังหวัดสมุทรปราการ (ออนไลน์). สืบค้นจาก <http://dspace.rmutk.ac.th/>, 12 มิถุนายน 2563.
- วิวัฒน์ จันทร์กิ่งทอง และคณะ. (2558). การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และป้ายฉลากเครื่องแกงตำมือ บ้านทุ่งชุมพลพัฒนาตำบลลานข่อย อำเภอป่าพะยอม จังหวัดพัทลุง. การประชุมมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 9, 1491-1505. <http://www.hu.ac.th/conference/proceedings/data>
- MGR Online. 2560. “เต่งกุนเชียงปลายี่สก” เจ้าแห่งนักคิดนวัตกรรมอาหาร สู่สุดยอดของฝากเมืองกาญจน์ (ออนไลน์). สืบค้นจาก <https://mgronline.com/smes/detail/9600000104405>, 12 มิถุนายน 2563.