

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของหลายประเทศทั่วโลก อุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้มีการเจริญเติบโตจนกลายมาเป็นสินค้าหลักในระบบการค้าระหว่างประเทศอย่างรวดเร็ว และในหลายประเทศอุตสาหกรรมท่องเที่ยวถือว่าเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญอยู่ในอันดับต้นๆ ของอุตสาหกรรมสำคัญของประเทศ โดยเฉพาะประเทศในแถบเอเชียและอาเซียนต่างกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อดึงนักท่องเที่ยวทั่วโลกเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศตนเพิ่มมากขึ้น ส่วนประเทศไทยได้มีการบูรณาการงานด้านการท่องเที่ยวซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาเศรษฐกิจให้เข้มแข็ง การมีโครงสร้างพื้นฐานที่ดี ทรัพยากรธรรมชาติมีความอุดมสมบูรณ์ และบุคลากรภาคการท่องเที่ยวมีศักยภาพจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการผลักดันให้ประเทศไทยมีข้อได้เปรียบในการแข่งขันและสามารถพัฒนาการท่องเที่ยวของตนให้เติบโตได้อย่างมั่นคง จึงตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวในฐานะเป็นกลไกหลักในการช่วยรักษาเสถียรภาพและขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ จากข้อมูลของ World Economic Forum: WEF ได้จัดอันดับการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวและการเดินทาง (Travel and Tourism Competitiveness Index) ในปี 2556 ประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวอยู่ในอันดับ 43 จาก 140 ประเทศทั่วโลก และเป็นอันดับ 9 จาก 25 ประเทศในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558, น.1) ต่อมาในปีพ.ศ. 2557 UNWTO ได้จัดอันดับให้ประเทศไทยอยู่ในอันดับ 1 ใน 10 ที่เป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวโลก (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2558, น.25) การท่องเที่ยวมีบทบาทกระตุ้นให้เกิดการผลิตและนำทรัพยากรของประเทศมาใช้ประโยชน์อย่างสูงสุด เนื่องจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไม่มีขีดจำกัดในการจำหน่าย เมืองพทยานับได้ว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ และเป็นที่ยุติของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศ เนื่องจากพญาเป็นเมืองติดทะเลที่มีชายหาดทอดยาว ที่ตั้งใกล้กับกรุงเทพมหานคร การเดินทางใช้เวลาไม่นาน มีระบบการคมนาคมที่ทันสมัย และสะดวกสบายตลอดเส้นทาง มีสถานที่สำหรับท่องเที่ยวและพักผ่อนให้เลือกเป็นจำนวนมากและหลากหลายประเภท จากสถิติของระบบฐานข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว 2557 (สำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว, 2557) พบว่า มีนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในชลบุรี มีจำนวนทั้งสิ้น 12,302,914 คน เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย 4,722,457 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 7,580,457 คน สำหรับการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศส่วนใหญ่มีรายจ่ายด้านที่พักเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาเป็นรายจ่ายสำหรับค่าอาหารและเครื่องดื่ม ดังนั้นถือว่าอาหารเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่งสำหรับการมาท่องเที่ยวต่างถิ่นทั้งในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ

อาหารไทยเป็นอาหารที่มีเอกลักษณ์ผสมผสานด้วยศิลปวัฒนธรรมและมีรสชาติที่กลมกล่อม ส่วนประกอบของอาหารมักประกอบด้วยสมุนไพรและเครื่องเทศที่มีคุณค่าทางเภสัชวิทยา ซึ่งอาหารไทยแต่ละภูมิภาคมีการใช้วัตถุดิบที่แตกต่างกันตามลักษณะเฉพาะของภูมิภาค ภูมิอากาศ พืช

พรรณไม้ที่แตกต่างกัน องค์ประกอบเหล่านี้ เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้การใช้วัตถุดิบในการเตรียมและประกอบอาหารแตกต่างกันจนมีลักษณะเฉพาะที่เป็นอาหารประจำท้องถิ่นต่างๆ อาหารท้องถิ่นของเมืองติดชายฝั่งทะเลตะวันออกเป็นพื้นที่ที่มีทะเลเป็นแนวยาวตลอดขนานกับพื้นดิน ดังนั้นวัตถุดิบในการประกอบอาหารจึงเป็นอาหารทะเล ส่วนพืชผัก สมุนไพร และเครื่องเทศที่ใช้ในการประกอบอาหารอาจนำมาจากแหล่งอื่นที่มีสภาพภูมิศาสตร์เหมาะสมมากกว่าเมืองพัทยา แต่ก็ไม่ทำให้ความเป็นอาหารท้องถิ่นเมืองพัทยาคาดความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ ที่มีความแตกต่างในการผสมผสานระหว่างอาหารทะเลสด อาหารทะเลแห้ง อาหารทะเลแปรรูป และวัฒนธรรมการประกอบอาหารของชาวจีน ส่งผลให้อาหารท้องถิ่นอาหารเมืองพัทยามีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ดังนั้นการทำให้อาหารท้องถิ่นเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น ย่อมเป็นส่วนที่ช่วยกันผลักดัน สนับสนุนให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศเกิดการพัฒนาศรษฐกิจ นำทรัพยากรชุมชนมาใช้ให้เกิดประโยชน์และมีคุณค่า เป็นสิ่งกระตุ้นให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจนำไปสู่การจ้างงาน สร้างอาชีพ การกระจายรายได้ และการลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องหลายสาขา เป็นการสร้างรายได้ให้กับประชาชนในท้องถิ่น และนำไปสู่ความสำเร็จในการยกระดับคุณภาพชีวิต

การสร้างตราสินค้าเป็นการสร้างเอกลักษณ์ให้ผลิตภัณฑ์ ตราสินค้าเป็นภาพสะท้อนจากการสร้าง “สัญลักษณ์” สิ่งที่จะสื่อคุณลักษณะเด่นและความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ ซึ่งหมายถึงตราสินค้าเป็นตัวกลางเชื่อมโยงคุณค่า (Value) และเอกลักษณ์ (Uniqueness) ประกอบกับประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ การสร้างตราสินค้ามีความสำคัญต่อการสร้างการรับรู้ (Perception) ให้ผู้บริโภคจดจำและเป็นการใช้เครื่องมือสื่อสารให้เกิดการรับรู้อย่างมีประสิทธิภาพด้วยการวางแผนการตลาด การสร้างตราสินค้ารับรองคุณภาพให้อาหารท้องถิ่นเป็นการแสดงถึงแหล่งที่มา ประเภท และระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ของเมืองพัทยา ผลิตภัณฑ์เป็นที่ยอมรับรู้จักกันโดยทั่วไปจะเป็นสิ่งที่จะช่วยกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคโดยเฉพาะอย่างยิ่งในการขายผลิตภัณฑ์ของชุมชนที่ใช้ระบบช่วยตัวเอง (self-service) ผู้บริโภคจะตัดสินใจโดยอาศัยความเชื่อถือที่มีต่อตราของสินค้า การสร้างตราสินค้าจึงมีความสำคัญต่อการสร้างการรับรู้ (Perception) ให้ผู้บริโภคจดจำและเป็นการใช้เครื่องมือสื่อสารให้เกิดการรับรู้อย่างมีประสิทธิภาพด้วยการวางแผนการตลาดอาหารท้องถิ่นแปรรูปในเมืองพัทยา

ดังนั้นงานวิจัยเรื่อง การพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อการสร้างตราและเพิ่มมูลค่าอาหารท้องถิ่นในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีเป็นการสำรวจความคิดเห็นและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ประกอบกับการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการเชิงลึก เพื่อทราบถึงอาหารสำเร็จรูปท้องถิ่นที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว นำข้อมูลที่ได้มาหาแนวทางในการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อสร้างตราสินค้าและเพิ่มมูลค่าอาหารท้องถิ่น การสร้างตราสินค้านี้ใช้เป็นเครื่องมือสื่อถึงให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ถึงอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ของเมืองพัทยาและเป็นการรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่เชื่อถือได้ และยังเป็นการสร้างความมั่นใจในการท่องเที่ยวที่เมืองพัทยา

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

โครงการวิจัยเรื่อง การพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อการสร้างตราและเพิ่มมูลค่าอาหารท้องถิ่นในเมืองพัทธยา จังหวัดชลบุรี มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค การสร้างตรา และบรรจุภัณฑ์อาหารท้องถิ่นที่นิยมของนักท่องเที่ยวในเมืองพัทธยา
2. หาแนวทางการสร้างตราสินค้าและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ในการเพิ่มมูลค่าอาหารท้องถิ่นในเมืองพัทธยา
3. พัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ในการเพิ่มมูลค่าอาหารท้องถิ่นในเมืองพัทธยา
4. นำเสนอแนวทางการสร้างกลยุทธ์การพัฒนาบรรจุภัณฑ์อาหารท้องถิ่นในเมืองพัทธยา

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อการสร้างตราและเพิ่มมูลค่าอาหารท้องถิ่นของเมืองพัทธยา จังหวัดชลบุรี ใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ การวิจัยเชิงคุณภาพ และการวิจัยกึ่งทดลอง โดยกำหนดขอบเขตการวิจัย ดังนี้

1. ขอบเขตประชากร

1.1 การวิจัยเชิงปริมาณ

1) ประชากรเป็นนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่บริโภคอาหารท้องถิ่นในเมืองพัทธยา จังหวัดชลบุรี เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามสำหรับตัวอย่าง จำนวน 400 ชุด

2) ผู้ประกอบการร้านอาหาร/ภัตตาคารและผู้เกี่ยวข้อง ในเมืองพัทธยา จังหวัดชลบุรี เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามสำหรับตัวอย่าง จำนวน 100 ชุด

1.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Indepth interview) เป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวนรวม 30 คน ได้แก่

- 1) ผู้นำชุมชน และผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียเกี่ยวกับการผลิต และจำหน่ายอาหารท้องถิ่น
- 2) ผู้ประกอบการ ผู้จัดการร้านอาหาร/ภัตตาคารอาหารท้องถิ่น
- 3) นักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญอาหารท้องถิ่นจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

1.3 การวิจัยกึ่งทดลอง นำผลการวิเคราะห์การวิจัยเชิงปริมาณและวิจัยเชิงปริมาณนำมากำหนดแนวทางการพัฒนารับรอง ตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์ เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเพื่อประเมินตรารับรอง ตราสินค้าและแบบร่างบรรจุภัณฑ์จากผู้เชี่ยวชาญ นำผลการศึกษามาพัฒนาบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ และตราสินค้ามาจัดทำฉลาก

2. ขอบเขตเนื้อหา

2.1 การวิจัยเชิงปริมาณ กำหนดตัวแปรที่ใช้ศึกษาการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อการสร้างตราและเพิ่มมูลค่าอาหารท้องถิ่นในเมืองพัทธยา จังหวัดชลบุรี มีดังนี้

1) ตัวแปรต้น ได้แก่ ลักษณะส่วนบุคคล และพฤติกรรมการบริโภค ราคาสินค้าและบรรจุภัณฑ์ในการเพิ่มมูลค่าอาหารท้องถิ่น

2) ตัวแปรตาม ได้แก่ ความคิดเห็นที่มีต่อราคาสินค้า และบรรจุภัณฑ์

2.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ กำหนดประเด็นคำถามหลัก ดังนี้

- 1) พฤติกรรมการบริโภค
- 2) ตรายี่ห้อ
- 3) ราคาสินค้าในการเพิ่มมูลค่าอาหารท้องถิ่น
- 4) สถานการณ์บรรจุภัณฑ์ในเมืองพัทยา

2.3) การวิจัยกึ่งทดลอง

- 1) การออกแบบตรายี่ห้ออาหารท้องถิ่น
- 2) การออกแบบราคาสินค้า
- 3) ออกแบบร่างบรรจุภัณฑ์
- 4) บรรจุภัณฑ์ต้นแบบ

3. ขอบเขตระยะเวลา

ระยะเวลาทำการวิจัย 12 เดือน (1 ตุลาคม 2557 – 30 กันยายน 2558)

คำจำกัดความที่ใช้ในงานวิจัย

พฤติกรรมการบริโภค หมายถึง ใช้กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ เกี่ยวข้องกับการซื้อ การรับประทานและการบริการ รวมถึงอารมณ์จิตใจและการตอบสนองต่อกิจกรรม ประสบการณ์ บุคคล และการคิดตัดสินใจในช่วงเวลาหนึ่ง

อาหารท้องถิ่นเมืองพัทยา หมายถึง อาหารประเภทต่างๆ ที่ประกอบด้วยวัตถุดิบ และเครื่องปรุงรส ซึ่งวัตถุดิบในการประกอบอาหารได้แก่ สัตว์ต่างๆ ผัก ผลไม้ สมุนไพร เครื่องเทศที่หาได้ในเมืองพัทยา มีวิธีประกอบอาหารและเป็นที่ยอมรับและมีการปฏิบัติสืบต่อกันมาเป็นอาหารของเมืองพัทยา

บรรจุภัณฑ์อาหารท้องถิ่น หมายถึง ภาชนะบรรจุอาหารที่มีรูปทรงสอดคล้องกับเอกลักษณ์เฉพาะของอาหาร วัสดุที่ใช้สามารถปกป้องความเสียหาย รักษาคุณภาพ มีความสะดวกสบายต่อการบริโภค การจัดเก็บและการขนส่ง รวมถึงระบุข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นและสื่อสารทางการตลาดได้

ตรายี่ห้อ สัญลักษณ์เพื่อการรับรองอาหารท้องถิ่นรวมถึงแนะนำอาหารท้องถิ่นที่เป็นภูมิปัญญาด้านอาหารของเมืองพัทยา ตรายี่ห้อสามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวให้มีความมั่นใจในคุณภาพ รสชาติ ความปลอดภัย และความเป็นอาหารท้องถิ่นของเมืองพัทยา

ราคาสินค้า เครื่องหมายหรือสัญลักษณ์ของสินค้าที่ออกแบบเพื่อสื่อความหมาย สร้างการรับรู้ จุดเด่น ความทันสมัย และสร้างความประทับใจในความเป็นอาหารท้องถิ่นของเมืองพัทยา

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ด้านวิชาการ

1.1 เป็นข้อมูลวิชาการด้านอาหารท้องถิ่นเมืองพัทยา การสร้างตรารับรองอาหาร การสร้างตราสินค้า และการพัฒนาบรรจุภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปท้องถิ่น ได้แก่ บรรจุภัณฑ์อาหารแช่แข็ง บรรจุภัณฑ์อาหารแช่เย็น และอาหารพร้อมปรุง

1.2 เป็นการสร้างองค์ความรู้เพื่อนำไปใช้ในการเรียนการสอนทางด้านอาหารในสาขาวิชาต่างๆ ที่มีการจัดการเรียนการสอนในมหาวิทยาลัย ตลอดจนการนำองค์ความรู้ให้บริการทางวิชาการในสังคม

2. ด้านนโยบาย

2.1 เป็นแนวทางการใช้ตรารับรองอาหารท้องถิ่นเมืองพัทยา เพื่อแนะนำอาหารท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ของเมืองพัทยา นอกจากนี้ตรารับรองเป็นเครื่องหมายสร้างความมั่นใจให้นักท่องเที่ยวในด้านคุณภาพ ความสะอาด ปลอดภัย และมีรสชาติความเป็นท้องถิ่นที่ผ่านการรับรองจากผู้เชี่ยวชาญด้านอาหาร

2.2 เป็นแนวทางให้กับหน่วยงานของรัฐ นำผลการวิจัยไปใช้ในการสร้างอาชีพเสริมให้แก่ชุมชนที่ต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร โดยมุ่งเน้นความเป็นเอกลักษณ์ที่มีการสืบทอดกันมา และยังเป็น การนำทรัพยากรที่ชุมชนมีอยู่ให้เกิดประโยชน์ในการสร้างอาชีพเสริมเพิ่มรายได้

2.3 หน่วยงานภาครัฐ/เอกชนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจอาหารสามารถนำผลวิจัยไปประยุกต์ใช้ในแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมร่วมกับอาหารท้องถิ่นไทย

3. ด้านเศรษฐกิจ

3.1 ผู้ผลิตอาหารท้องถิ่นในเมืองพัทยา รวมทั้งผู้ผลิตอาหารท้องถิ่นในชุมชนอื่นๆ ได้แนวทางในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ในการเพิ่มมูลค่าอาหารท้องถิ่น และมีตราสินค้าอาหารท้องถิ่นในการสร้างการยอมรับ

3.2 ผู้ผลิตอาหารท้องถิ่นรายใหม่หรือผู้สนใจสามารถนำแนวทางการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อการสร้างตราในการเพิ่มมูลค่าอาหารท้องถิ่นในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีไปใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้มากยิ่งขึ้น

3.3 สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับอาหารท้องถิ่น อีกทั้งยังใช้ประโยชน์จากวัตถุดิบที่มีฤดูกาลให้มีอาหารท้องถิ่นบริโภคตลอดทั้งปีได้ และนำผลผลิตที่มีปริมาณมากบางฤดูกาลจนล้นตลาดมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

4. ด้านสังคมและชุมชน

4.1 ชุมชนเกิดการเรียนรู้ในการสร้างอาชีพจากทรัพยากรที่มีอยู่และภูมิปัญญาด้านอาหารที่มีสืบต่อกันมา

4.2 สมาชิกในชุมชนของเมืองพัทยา ได้มีส่วนร่วมในการผลิตอาหารท้องถิ่น ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการส่งเสริมการท่องเที่ยว

4.3 เป็นแนวทางการสร้างผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่น และตราสินค้าให้กับชุมชนได้ส่งเสริมศักยภาพให้แหล่งท่องเที่ยวได้ไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามบริบทและสอดคล้องกับศักยภาพของชุมชน

4.4 ผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นมีมูลค่าเพิ่มโดยการบูรณาการร่วมกับบรรจภัณฑ์เพื่อจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ทำให้มีรายได้จากนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น